

**STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
DI TAMAN KULINER CONDONGCATUR**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Ekonomi
Universitas Negeri Yogyakarta
untuk Memenuhi Sebagian Persyaratan
guna Memeroleh Gelar Sarjana Pendidikan**



Oleh:

Yunia Vitayati Anna

NIM. 09402244033

**PROGRAM STUDI PENDIDIKAN ADMINISTRASI PERKANTORAN
JURUSAN PENDIDIKAN ADMINISTRASI
FAKULTAS EKONOMI
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
2013**

PERSETUJUAN

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS*
DI TAMAN KULINER CONDONGCATUR

SKRIPSI

Oleh

Yunia Vitayati Anna

NIM. 09402244033

Telah disetujui dan disahkan
pada tanggal 19 Juni 2013

Untuk dipertahankan di depan Tim Penguji Skripsi
Program Studi Pendidikan Administrasi Perkantoran

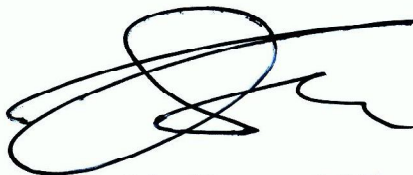
Jurusan Pendidikan Administrasi

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta

Disetujui,

Dosen Pembimbing,



Joko Kumoro, M.Si.

NIP. 19600626 198511 1 001

PENGESAHAN

Skripsi yang berjudul “**STRATEGI PUBLIC RELATIONS DI TAMAN KULINER CONDONGCATUR**” ini telah dipertahankan di depan Dewan Penguji pada tanggal1 Juli..... 2013 dan dinyatakan lulus. Oleh Yunia Vitayati Anna, NIM: 09402244033.

Dewan Penguji

Nama Lengkap	Jabatan	Tanda Tangan	Tanggal
Sutirman, M.Pd.	Ketua Penguji		10 Juli 2013
Joko Kumoro, M.Si.	Sekretaris		9 Juli 2013
Suranto, M.Pd., M.Si.	Penguji Utama		9 Juli 2013

Yogyakarta, Juli 2013

Fakultas Ekonomi

Universitas Negeri Yogyakarta



Dr. Sugiharsono, M.Si.

NIP. 19550328 198303 1 0021

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Yang bertanda tangan dibawah:

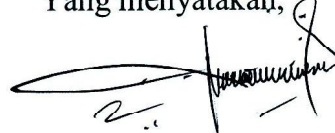
Nama : Yunia Vitayati Anna
NIM : 09402244033
Program Studi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Fakultas : Ekonomi
Judul Tugas Akhir : **STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DI TAMAN
KULINER CONDONGCATUR**

Dengan ini menyatakan bahwa hasil penulisan skripsi yang telah saya buat ini benar-benar karya sendiri. Sepanjang pengetahuan saya, tidak terdapat karya atau pendapat yang ditulis atau diterbitkan orang lain, kecuali sebagai acuan atau kutipan dengan mengikuti tata penulisan karya ilmiah yang lazim.

Dengan demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tidak dipaksakan untuk digunakan sebagaimana mestinya.

Yogyakarta, 21 Juni 2013

Yang menyatakan,



Yunia Vitayati Anna

NIM. 09402244033

MOTTO

“Sesungguhnya Allah tidak mengubah keadaan sesuatu kaum sehingga mereka mengubah keadaan yang ada pada mereka sendiri”

(QS. AR Ra’d : 11)

“Semuanya mudah kecuali jika kamu tidak berusaha ^-^ ”.

(Yunia Vitayati Anna)

PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan syukur Alhamdulillah, skripsi ini kupersembahkan untuk :

- “Kedua orang tua-ku (Noorjati & Supani), yang telah memberikan kasih sayang, doa, nasihat, dan pengorbanan sepanjang hayatmu, aku ingin membuatmu bangga dan bahagia”
- “Ungkapan sayang pada kakakku dan adikku, yang telah memberikan dorongan semangat setiap hari”
- “Ungkapan cintaku pada kekasihku, yang telah setia menemani, memberikan dorongan dan semangat”
- “Almamaterku”

STRATEGI *PUBLIC RELATIONS* DI TAMAN KULINER CONDONGCATUR

Oleh:

Yunia Vitayati Anna
09402244033

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penyebab kurang optimalnya strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur, mulai dari proses penyusunan, pelaksanaan dan evaluasi strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur.

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif. Subjek penelitian ini meliputi Pengelola Taman Kuliner Condongcatur (4 orang) terdiri dari Kepala UPT, Kepala Subag. Tata Usaha dan 2 staff, penyewa Taman Kuliner Condongcatur dan masyarakat. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, wawancara dan dokumentasi. Data yang diperoleh dianalisis secara deskriptif meliputi pengumpulan data, mengorganisasikan data, pengelolaan data, verifikasi dan penafsiran data dan pengambilan kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyebab dari kurang optimalnya strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur yaitu: 1) Pengelola cenderung kurang kreatif dalam mengemas media dan pesan; 2) Media yang digunakan cukup beragam namun beberapa media potensial tidak digunakan oleh pengelola; 3) Pesan yang disampaikan tidak secara efektif diterima oleh masyarakat disebabkan oleh penyampaian pesan belum dilakukan secara berulang-ulang dan belum sampai pada tahap pembentukan opini publik; 4) Pengelola kurang responsif terhadap reaksi masyarakat yang merasa dikecewakan dan menulis melalui media; 5) Pengelola belum melakukan evaluasi mengenai perencanaan, pengorganisasian, koordinasi, pelaksanaan, pengkomunikasian dan pencapaian tujuan; 6) Belum adanya bagian *public relations* secara tersendiri di Taman Kuliner Condongcatur menyebabkan tidak adanya seorang ahli *public relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi untuk menyarankan dan memberikan usulan yang mampu dipercayai oleh pengelola sehingga kegiatan *public relations* dengan unit sasaran belum dapat terakomodasi dengan maksimal; 7) Kurangnya kemampuan IT dalam pengelolaan media *public relations* yang digunakan terutama website; 8) Belum terbentuk *image* Taman Kuliner sebagai tempat makan yang memuaskan. Untuk mengatasi hal tersebut perlu dilakukan inovasi pengemasan media, meningkatkan kualitas makanan, evaluasi terhadap kinerja pengelola dan perlu dilakukan pengulangan penyampaian informasi sebagai penguatan sampai terbentuk opini publik.

Kata kunci: Strategi, *Public Relations*

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah, atas rahmat dan karunia Allah SWT, sehingga skripsi yang berjudul “**Strategi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur**” dapat terselesaikan dengan baik. Skripsi ini disusun untuk memenuhi sebagian persyaratan guna meraih gelar Sarjana Pendidikan.

Pembuatan skripsi ini tidak lepas dari bantuan dari berbagai pihak, untuk itu penulis ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Rochmat Wahab, M.Pd., M.A., Rektor Universitas Negeri Yogyakarta.
2. Bapak Dr. Sugiharsono, M.Si., Dekan Fakultas Ilmu Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta yang telah memberi izin dan membantu penulis dalam penyusunan tugas akhir ini.
3. Bapak Joko Kumoro, M.Si., Kepala Jurusan Pendidikan Administrasi, sekaligus dosen pembimbing, yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan persyaratan administrasi dan ilmu yang diberikan serta bimbingan untuk keperluan skripsi ini.
4. Bapak Suranto, M.Pd., M.Si., narasumber yang telah memberikan ilmu dan masukan yang bermanfaat demi kesempurnaan dalam penulisan skripsi ini.
5. Bapak Sutirman, ketua penguji yang telah memberikan masukan dan pandangannya mengenai skripsi ini.
6. Pengelola Taman Kuliner Condongcatur yang telah memberikan izin penelitian dan penyewa yang telah menyempatkan waktu untuk melakukan wawancara.
7. Ibu dan Bapak tercinta yang telah memberikan semangat, dukungan moral dan material serta doa yang tiada henti-hentinya.
8. Kakak dan adikku yang aku sayangi yang selalu memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.
9. Kekasih tercinta yang dengan setia mendampingi selama proses pembuatan skripsi ini dan selalu memberi semangat.

10. Ningrum, Jumaroh, Novita, Anna, Endah terimakasih karena selalu mendukung agar skripsi ini cepat terselesaikan.
11. Nurul, Gilang, Fia, Dwi, Eta, Umi, Wulan, Latifa, Ana dan teman-teman ADP 09 terimakasih karena telah berjuang bersama untuk meraih cita-cita kita, meraih masa depan yang cerah.
12. Semua pihak yang telah membantu terselesaikannya skripsi ini dan tidak bisa saya sebutkan satu-persatu.

Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak. Penulis menyadari skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan, maka saran dan kritik sangat penulis harapkan.

Yogyakarta, 21 Juni 2013

Penulis,



Yunia Vitayati Anna

NIM. 09402244033

DAFTAR ISI

	Halaman
ABSTRAK	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	4
C. Pembatasan Masalah	4
D. Rumusan Masalah	5
E. Tujuan Penelitian	5
F. Manfaat Penelitian	5
BAB II KAJIAN PUSTAKA	7
A. Deskripsi Teori	7
1. Tinjauan tentang Strategi	7
a. Pengertian Strategi	7
b. Penyusunan Strategi	7
c. Pemilihan Strategi	8
2. Tinjauan tentang <i>Public Relations</i>	9
a. Pengertian <i>Public Relations</i>	9
b. Peran <i>Public Relations</i>	10
c. Fungsi <i>Public Relations</i>	12
d. Tugas <i>Public Relations</i>	13
e. Khalayak <i>Public Relations</i>	16
f. Perencanaan <i>Public Relations</i>	17
g. Media <i>Public Relations</i>	18
3. Tinjauan tentang Strategi <i>Public Relations</i>	19
a. Pengertian Strategi <i>Public Relations</i>	19
b. Komponen Strategi <i>Public Relations</i>	20

c.	Penyusunan Strategi <i>Public Relations</i>	21
d.	Jenis Strategi <i>Public Relations</i>	22
e.	Manajemen Strategi <i>Public Relations</i>	24
f.	Pelaksanaan Strategi <i>Public Relations</i>	25
B.	Penelitian yang Relevan	27
C.	Kerangka Pikir	28
D.	Pertanyaan Penelitian.....	31
BAB III	METODE PENELITIAN	32
A.	Desain Penelitian	32
B.	Definisi Operasional	32
C.	Tempat dan Waktu Penelitian	34
D.	Subjek Penelitian	35
E.	Teknik Pengumpulan Data	35
F.	Teknik Analisis Data	37
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	39
A.	Hasil Penelitian	39
1.	Deskripsi Taman Kuliner Condongcatur	39
a.	Gambaran Umum Taman Kuliner Condongcatur	39
b.	Sejarah Taman Kuliner Condongcatur	39
c.	Visi dan Misi	40
d.	Struktur Tugas Taman Kuliner Condongcatur	40
2.	Deskripsi <i>Public Relations</i> di Taman Kuliner Condongcatur	41
3.	Deskripsi Data	42
a.	Strategi <i>Public Relations</i> di Taman Kuliner Condongcatur.....	43
1)	Penyusunan Strategi <i>Public Relations</i> di Taman Kuliner Condongcatur	46
2)	Pelaksanaan Strategi <i>Public Relations</i> di Taman Kuliner Condongcatur	54
3)	Evaluasi Strategi <i>Public Relations</i> di Taman	

Kuliner Condongcatur	74
b. Kedisiplinan Pengelola, Pegawai Harian Lepas dan Penyewa.....	75
B. Pembahasan	77
BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	89
A. Kesimpulan	89
B. Saran	90
DAFTAR PUSTAKA	93
LAMPIRAN	94

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1. Kerangka pikir	30
Gambar 2. Baliho	141
Gambar 3. Sanduk penyewa	141
Gambar 4. Spanduk pengelola.....	142
Gambar 5. Papan petunjuk arah.....	142
Gambar 6. Agenda event	143
Gambar 7. Papan informasi	143
Gambar 8. Taman Kuliner Kicau Mania	144
Gambar 9. Kegiatan olahraga	144
Gambar 10. Live music	144
Gambar 11. Drumb band kids	144
Gambar 12. Bursa Agro	144
Gambar 13. Pelatihan pembuatan mi ayam sehat	144

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran	Halaman
1. Pedoman wawancara.....	94
2. Pedoman dokumentasi.....	103
3. Pedoman observasi.....	104
4. Form observasi jam kerja	105
5. Transkrip wawancara	106
6. Hasil observasi jam kerja	133
7. Sarana dan prasarana	134
8. Struktur organisasi	137
9. Struktur tugas Taman Kuliner Condongcatur.....	140
10. Brosur	145
11. Promosi melalui internet	148
12. Website mi ayam sehati	151
13. Klinong-klinong campursari	152
14. Kompas-Taman Kuliner Condongcatur seperti tanpa rencana dan pengelola.....	154
15. Taman Kuliner Condongcatur di ujung tanduk	156
16. Denah Taman Kuliner Condongcatur	158
17. Peraturan Bupati Sleman	159
18. Data penyewa kios	169
19. Surat izin penelitian	178

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Di masa yang erat dengan dunia bisnis, menjanjikan peluang sekaligus ancaman yang tanpa batas terasa imbasnya. Semakin menjamurnya bisnis, dewasa ini menunjukkan semakin banyak masyarakat yang melakukan seleksi terhadap keberadaan perusahaan/ organisasi. Taman Kuliner Condongcatur merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang dibentuk oleh Pemerintah Kabupaten Sleman. Sejak tahun 2006 sampai dengan tahun 2013, belum banyak masyarakat yang mengetahui tentang keberadaan tempat ini. Terbukti dari masyarakat yang asing dengan Taman Kuliner Condongcatur, menjadikan tempat ini tidak populer di kalangan masyarakat.

Misi Taman Kuliner Condongcatur adalah menjadi taman rekreasi, taman jajan, dan taman apresiasi, untuk itu tentu sangat mengharapkan memiliki strategi agar misi Taman Kuliner Condongcatur dapat tercapai. Akan tetapi kondisi ini belum semuanya terpenuhi mencermati promosi Taman Kuliner Condongcatur tidak seluruh usaha yang dilakukan memperoleh hasil yang baik. Hal ini terlihat dari kondisi Taman Kuliner Condongcatur yang cenderung sepi dan terlihat membosankan. Dapat dilihat dari sedikitnya jumlah pengunjung yang datang setiap hari. Dari survey awal diketahui bahwa jumlah pengunjung rata-rata hanya sekitar 15 sampai 25 orang per hari. Dari jumlah tersebut mayoritas pengunjung adalah para mahasiswa yang tinggal di

seputar Taman Kuliner Condongcatur yang memang merupakan daerah kampus. Banyak mahasiswa dari Perguruan Tinggi yang lokasinya tidak begitu jauh seperti AMIKOM, UPN, UII, UNY, UGM, Sanata Darma, Atma Jaya dan sebagainya.

Media *public relations* yang digunakan Taman Kuliner Condongcatur seperti spanduk, petunjuk arah, dan website belum memperlihatkan hasil yang optimal. Dari sedikitnya jumlah pengunjung yang datang membuat penjualan produk tidak efektif, terlihat dari banyaknya produk yang tidak terjual. Tentu penjualan produk akan berakibat pada profit yang diperoleh penyewa. Hal ini tidak sesuai dengan harapan TAMAN KULINER CONDONGCATUR sebagai salah satu Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar, yang ke depan diharapkan menjadi salah satu unit usaha profitable.

Penjualan produk yang tidak efektif menunjukkan bahwa Taman Kuliner Condongcatur juga belum mampu bersaing untuk merebut pasar. Dari awal *grand opening* Taman Kuliner Condongcatur pada tanggal 19 Agustus 2007, jika dibandingkan dengan Warung Ayam Kampung yang baru membuka usahanya pada bulan Oktober 2012 sangatlah terlihat perbedaannya. Warung Ayam Kampung yang terletak di sebelah barat Taman Kuliner Condongcatur ini mampu menarik lebih banyak konsumen.

Masalah yang berikutnya muncul yaitu belum terdapat bagian khusus yang menangani *public relations*. Sehingga masyarakat sebagai calon konsumen menganggap bahwa Taman Kuliner Condongcatur belum dapat memberikan informasi yang jelas mengenai apa yang ada di Taman Kuliner

Condongcatur. Sebagai contoh seperti daya tarik yang dimiliki dan jenis produk yang di jual. Pada umumnya konsumen selalu memilih tempat yang memiliki daya tarik/ ciri khas tersendiri. Baik dari masyarakat sekitar ataupun konsumen yang pernah mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur menganggap bahwa Taman Kuliner Condongcatur tidak memiliki ciri khas.

Sebagian masyarakat mengeluh bahwa Taman Kuliner Condong Catur belum mampu memahami harapan konsumen. Salah satunya untuk mendapatkan pilihan makanan dan produk yang bervariasi dari seluruh kios yang buka. Berdasarkan observasi pra-penelitian diketahui dari 120 kios dengan rincian kios jenis restoran 40 kios dan kios jenis non restoran 80 kios, hanya sekitar kurang dari 20% kios yang buka.

Taman Kuliner Condongcatur membutuhkan strategi yang berfungsi sebagai peta jalan yang tidak hanya menunjukkan arah saja. Melainkan, harus mampu menunjukkan taktik operasional untuk mencapai tujuan yang telah ditetapkan agar mampu mendukung kelancaran proses *public relations* yang berakibat pada tercapainya visi dan misi. Melihat besarnya kesempatan bisnis di Taman Kuliner Condongcatur tersebut, dan juga adanya persaingan yang ketat dengan bisnis sejenis, maka diperlukan strategi bersaing khususnya di bidang *public relations*. Karena pentingnya masalah strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur, maka masalah ini sangat menarik untuk ditelaah lebih jauh yaitu memberi gambaran atau potret strategi *public relations* dengan judul **“Strategi Public Relations di Taman Kuliner Condongcatur”**.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dikemukakan, dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Taman Kuliner Condongcatur belum dikenal oleh masyarakat luas.
2. Sedikitnya jumlah pengunjung yang datang setiap hari.
3. Media *public relations* yang digunakan Taman Kuliner Condongcatur belum optimal.
4. Taman Kuliner Condongcatur belum mampu bersaing untuk merebut pasar.
5. Taman Kuliner Condongcatur belum memiliki bagian khusus yang menangani *public relations*.
6. Kurangnya perhatian yang diberikan Taman Kuliner Condongcatur kepada masyarakat.
7. Strategi *public relations* yang dilakukan belum optimal.

C. Pembatasan Masalah

Untuk memfokuskan permasalahan yang akan dikaji, maka perlu dilakukan pembatasan masalah. Pembatasan masalah mutlak diperlukan untuk menghindari penelitian keluar jalur dari topik permasalahan. Batasan masalah dalam penelitian ini difokuskan pada masalah strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur belum optimal.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan pembatasan masalah yang telah dipaparkan sebelumnya, maka dapat dirumuskan masalah yang menjadi fokus dalam penelitian ini yaitu mengapa strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur belum optimal?

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini yaitu untuk mengetahui penyebab strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur yang belum optimal.

F. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian ini mempunyai beberapa manfaat, antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap ilmu pengetahuan dan pendidikan serta dapat digunakan sebagai bahan acuan dan pertimbangan bagi penelitian yang akan datang.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi peneliti

Penelitian ini sebagai sarana untuk menambah pengetahuan mengenai strategi *public relations* dan penerapan ilmu pengetahuan serta menambah pengalaman dalam dunia bisnis.

b. Bagi Pengelola Taman Kuliner Condongcatur dan penyewa

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberi masukan bagi pengelola dan penyewa di Taman Kuliner yang berkenaan dengan strategi *public relations*.

c. Bagi Universitas Negeri Yogyakarta

Penelitian ini dapat memberikan sumbangan berupa tambahan pustaka yang bermanfaat bagi Universitas Negeri Yogyakarta.

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Deskripsi Teori

1. Tinjauan tentang Strategi

a. Pengertian Strategi

Ditinjau dari asal usul katanya, istilah strategi berasal dari kata Yunani *strategia* (*stratos*= militer; dan *ag* =memimpin), yang artinya seni atau ilmu untuk menjadi seorang jenderal. Menurut Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana strategi menggambarkan arah bisnis yang mengikuti lingkungan yang dipilih dan merupakan pedoman untuk mengalokasikan sumber daya dan usaha organisasi. (2000: 2)

Sedangkan menurut Ahmad S. Adnanputra dalam kutipan Rosady Ruslan, SH., MM., “arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*) sedangkan rencana merupakan produk perencanaan (*planning*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.” (2012: 133)

Dari beberapa pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa strategi merupakan alternatif optimal yang dipilih guna mencapai tujuan dalam kerangka suatu rencana organisasi.

b. Penyusunan Strategi

Kunci pertama untuk mencapai tujuan organisasi adalah melalui rencana yang dibuat. Sebelum kita merumuskan suatu program

public relations, kita perlu mengetahui titik awalnya. Seperti yang dikatakan Oka A. Yoeti, “perusahaan harus menyusun suatu rencana dan strategi agar tujuan perusahaan dapat tercapai karena merupakan kunci bagaimana keuntungan dapat diperoleh.” (1999: 19)

Sedangkan menurut Henry Mintzberg “hal yang terpenting adalah dasar pemikiran-kendali rasional, analisis sistematis tentang pesaing dan pasar, tentang kekuatan perusahaan dan kelemahannya, kombinasi antara analisis-analisis ini menghasilkan strategi-strategi yang jelas, eksplisit, dan lengkap.” (2006: 155)

Berdasarkan beberapa pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa sebelum melaksanakan strategi harus diawali dengan penyusunan. Penyusunan tersebut dengan memperhatikan dasar pemikiran-kendali rasional, analisis sistematis tentang pesaing dan pasar, tentang kekuatan perusahaan dan kelemahannya, kombinasi antara analisis-analisis sehingga menghasilkan strategi-strategi yang jelas, eksplisit, dan lengkap.

c. Pemilihan Strategi

Dalam memilih suatu strategi memang sangat membutuhkan perencanaan. Dalam perusahaan, ada beberapa aspek yang perlu diperhatikan, salah satunya adalah melakukan pemilihan terhadap strategi yang akan digunakan dalam bersaing. Menurut Oka A. Yoeti:

Menentukan strategi yang hendak dipakai banyak dipengaruhi oleh lingkungan usaha yang akan dihadapi. Bagaimanapun pilihan atas strategi itu harus dilihat dari banyak segi, terutama data dan informasi sebagai hasil analisis pasar yang dilakukan,

ditambah dengan pengalaman serta kemampuan yang kita miliki.

Sebagai panduan untuk memilih pemecahan masalah yang dianggap paling sesuai hendaknya harus dimulai dari suatu pasar dengan menyeleksi produk yang ditawarkan dan memperbaharunya kalau dianggap perlu, sehingga dapat memuaskan target pasar yang dituju. Kemudian mantapkan *place* strategi yang benar-benar sesuai dengan produk yang ditawarkan, yang tentunya juga harus sejalan dengan kebijakan harga atau tarif yang dilakukan. (1999: 140)

Dari uraian di atas, dapat disimpulkan bahwa dalam memilih strategi perlu memperhatikan lingkungan usaha, analisis pasar pengalaman dan kemampuan agar strategi yang digunakan tepat sasaran sehingga dapat digunakan sebagai panduan pemecahan masalah yang paling sesuai dengan situasi yang dihadapi.

2. Tinjauan tentang *Public Relations*

a. Pengertian *Public Relations*

Berhasil atau tidaknya suatu perusahaan di dalam pencapaian tujuannya tergantung pada berbagai bidang terutama pada bidang *public relations*. Selain itu juga tergantung pada kemampuan mereka untuk mengkombinasikan fungsi-fungsi tersebut agar perusahaan dapat berjalan dengan lancar. Menurut Daniel Yadin “*public relations* adalah semua bentuk komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar, antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian.” (2002: 10)

Sedangkan menurut (*British*) *Institute of Public Relations (IPR)* yang dikutip Daniel Yadin “PR adalah keseluruhan upaya yang dilakukan secara terencana dan berkesinambungan dalam rangka menciptakan dan memelihara niat baik (*good-will*) dan saling pengertian antara suatu organisasi dengan segenap khalayaknya.” (2002: 9)

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa *public relations* merupakan suatu disiplin ilmu yang dipergunakan oleh perusahaan untuk pemeliharaan hubungan dengan masyarakat.

b. Peran *Public Relations*

Perkembangan profesionalisme *public relations* yang dasar berkaitan dengan perkembangan peranan *public relations*, baik sebagai praktisi maupun profesional dalam suatu organisasi atau perusahaan. Menurut Dozier & Broom yang dikutip oleh Rosady Ruslan “peranan praktisi *public relations* dalam organisasi tersebut salah satu kunci untuk memahami fungsi *public relations* dan komunikasi organisasi, di samping itu juga merupakan kunci untuk pengembangan peranan praktisi PRO (Pejabat Humas) dan pencapaian profesional dalam *public relations*.” (2012: 20)

Selain itu menurut Dozier & Broom yang dikutip oleh Rosady Ruslan, peranan *public relations* dibagi empat kategori dalam suatu organisasi, yaitu :

1) Penasehat Ahli (*Expert Prescriber*)

Seorang praktisi pakar *public relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi dapat membantu untuk mencari solusi dalam penyelesaian masalah hubungan dengan publiknya (*public relationship*). Hubungan praktisi pakar *public relations* dengan manajemen organisasi seperti hubungan antara dokter dengan pasiennya. Artinya, pihak manajemen bertindak pasif untuk menerima atau mempercayai apa yang telah disarankan atau usulan dari pakar *public relations* (*expert prescriber*) yang memiliki pengalaman dan keterampilan tinggi dalam memecahkan serta mengatasi persoalan *Public relations* yang tengah dihadapi oleh organisasi bersangkutan.

2) Fasilitator Komunikasi (*Communication Fasilitator*)

Dalam hal ini, praktisi *public relations* bertindak sebagai komunikator atau mediator untuk membantu pihak manajemen dalam hal untuk mendengar apa yang diinginkan dan diharapkan oleh publiknya dari organisasi bersangkutan, sekaligus harus mampu menjelaskan kembali keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada pihak publiknya. Sehingga dengan komunikasi timbal balik tersebut yang dilaksanakan oleh *public relations* bersangkutan dapat tercipta saling pengertian, mempercayai, menghargai, dan toleransi yang baik dari kedua belah pihak.

3) Fasilitator Proses Pemecahan Masalah (*Problem Solving Process Fasilitator*)

Peranan praktisi *public relations* dalam hal proses pemecahan persoalan *public relations* ini, merupakan bagian tim manajemen untuk membantu pimpinan organisasi baik sebagai penasihat (*adviser*) hingga mengambil tindakan eksekusi (keputusan) dalam mengatasi persoalan atau krisis yang tengah dihadapi secara rasional dan profesional. Biasanya dalam menghadapi suatu krisis yang terjadi, maka dibentuk suatu tim posko yang dikoordinir praktisi ahli *public relations* dengan melibatkan berbagai departemen dan keahlian dalam satu tim khusus untuk membantu organisasi, perusahaan, dan produk yang tengah menghadapi atau mengatasi persoalan krisis tertentu.

4) Teknisi Komunikasi (*Communication Technician*)

Berbeda dengan tiga peranan praktisi *public relations* profesional sebelumnya yang terkait erat dengan fungsi dan peranan manajemen organisasi. Sedangkan dalam peranan *communication technician* ini sebagai *Journalist in*

Residentv yang hanya menyediakan layanan teknis komunikasi atau dikenal dengan *methode of communication in organization* dan sistem komunikasi dalam organisasi tergantung dari masing-masing bagian atau tingkatan (*level*), yaitu secara teknis komunikasi dipergunakan dari tingkat pimpinan dengan bawahan akan berbeda dari bawahan ke tingkat atasan. Begitu juga arus dan media komunikasi antara karyawan satu level, misalnya komunikasi antar karyawan satu departemen dengan lainnya (*employee relations and communication media model.*) (2012: 20-21)

Berdasarkan pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa peran *public relations* yaitu sebagai penasehat ahli, fasilitator komunikasi, fasilitator proses pemecahan masalah dan teknis komunikasi.

c. Fungsi *Public Relations*

Public relations yang dilakukan tentu memiliki fungsi bagi perusahaan. Menurut F. Rachmadi:

Fungsi utama *public relations* adalah menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/ organisasi dengan publiknya, intern maupun ekstern, dalam rangka menanamkan pengertian, menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam upaya menciptakan iklim pendapat (opini publik) yang menguntungkan lembaga/ organisasi. (1996: 21)

Adapun fungsi/ manfaat khusus *public relations* menurut Daniel Yadin meliputi kegunaan *public relations* dalam pengelolaan atau pelaksanaan manajemen krisis, penerbitan *desktop*, identitas perusahaan, hubungan parlementer, dan *public relations* finansial (2002: 333).

Sedangkan menurut Lena Satlita yang mengutip dan menerjemahkan pernyataan Edwin Emery “fungsi *public relations* adalah upaya terencana dan terorganisasi dari sebuah perusahaan atau lembaga untuk menciptakan hubungan-hubungan yang bermanfaat.” (2002: 10)

Berdasarkan beberapa pendapat di atas dapat ditarik kesimpulan bahwa fungsi dari *public relations* adalah membangun dan membina hubungan baik dengan publiknya agar saling mengerti dan memahami sehingga memperoleh penerimaan dan dukungan dari masyarakat.

d. Tugas *Public Relations*

Dalam kesehariannya, *public relations* memiliki beberapa tugas. Menurut F. Rachmadi tugas dan kewajiban *public relations* sehari-hari yaitu:

- 1) Menyelenggarakan dan bertanggung jawab atas penyampaian informasi atau pesan secara lisan, tertulis atau melalui gambar (*visual*) kepada publik sehingga publik mempunyai pengertian yang benar tentang hal-ikhwal perusahaan atau lembaga, segenap tujuan serta kegiatan yang dilakukan.
- 2) Memonitor, merekam, dan mengevaluasi tanggapan serta pendapat umum dari masyarakat
- 3) Mempelajari dan melakukan aktivitas analisis reaksi publik terhadap kebijaksanaan perusahaan atau lembaga, maupun segala macam pendapat (*public acceptance dan non acceptance*).
- 4) Menyelenggarakan hubungan yang baik dengan masyarakat dan media massa untuk memperoleh *public favour, public opinion* dan perubahan sikap. (1996: 23)

Sedangkan menurut Frank Jeffkins yang dikutip oleh Daniel Yadin, jenis-jenis pekerjaan yang dilakukan praktisi *public relations* bisa berbeda-beda dari suatu organisasi dengan organisasi lain antara lain:

- 1) Menyusun serta mendistribusikan siaran berita (*news release*), foto-foto dan berbagai artikel untuk konsumsi kalangan media masa.
- 2) Mengorganisasikan konferensi pers, acara-acara resepsi dan kunjungan kalangan media masa ke organisasi/perusahaan.
- 3) Menjalankan fungsi sebagai penyedia informasi utama bagi kalangan media masa.
- 4) Memberikan penerangan singkat kepada fotografer, serta membentuk dan mengelola sebuah perpustakaan foto.
- 5) Mengatur acara wawancara antara kalangan pers (media cetak), radio dan televisi dengan pihak manajemen...
- 6) Menyunting atau memproduksi jurnal-jurnal eksternal untuk konsumsi para distributor, para pemakai jasa atau produk perusahaan, para konsumen langsung dan sebagainya.
- 7) Menulis dan membuat bahan-bahan cetakan seperti literatur pendidikan, sejarah perusahaan, laporan-laporan tertentu, literatur pelantikan untuk pegawai baru, aneka poster yang bersifat mendidik untuk sekolah-pegawai baru, aneka poster yang bersifat mendidik untuk sekolah-sekolah dan lain-lain.
- 8) Mempersiapkan berbagai bentuk instrumen *audio-visual*, seperti menyusun lembaran-lembaran *slide* untuk presentasi dan kaset rekaman video, termasuk melaksanakan distribusi, menyusun katalog, pameran dan pemeliharaannya.
- 9) Mempersiapkan dan mengatur acara-acara pameran dan menjalankan eksibisi PR, termasuk juga menyediakan berbagai macam materi yang diperlukan.
- 10) Mempersiapkan dan memelihara berbagai bentuk identitas perusahaan seperti logo perusahaan, berikut segenap komposisi warna, tipografi, dan hiasannya, pengaturan jenis-jenis kendaraan dinas, pakaian seragam para pegawai, dan sebagainya.
- 11) Menangani berbagai acara-acara sponsor yang berhubungan dengan kegiatan PR.
- 12) Mengelola hal-hal yang berkaitan dengan berbagai kunjungan seperti fasilitas penerbangan/pelayaran,

pengurusan tiket, persiapan akomodasi, tour, dan sebagainya.

- 13) Mengikuti rapat-rapat penting yang diselenggarakan oleh dewan direksi dan pimpinan perusahaan, serta rapat-rapat terbatas yang diadakan oleh kepala departemen produksi, pemasaran, penjualan, dan lain-lain.
- 14) Mengikuti konferensi khusus yang diadakan oleh divisi penjualan, serta terlibat dalam pertemuan-pertemuan para agen.
- 15) Mewakili perusahaan pada pertemuan asosiasi dagang/bisnis.
- 16) Berhubungan dengan konsultan PR eksternal jika perusahaan/organisasi merekrut mereka.
- 17) Melatih segenap staf PR.
- 18) Mempersiapkan survei-survei pendapat dan berbagai macam penelitian lainnya.
- 19) Mengawasi tugas-tugas periklanan—berhubungan dengan biro iklan—bila fungsi periklanan memang dibebankan pada departemen PR.
- 20) Berhubungan baik dengan kalangan politisi dan birokrat
- 21) Mengatur penyelenggaraan acara-acara resmi, misalnya berupa acara peresmian bangunan baru, termasuk mengatur para tokoh penting, tamu undangan, dan kalangan media masa yang datang meliput.
- 22) Mengatur acara-acara kunjungan para pejabat penting, tamu kehormatan, maupun tokoh-tokoh asing ke perusahaan/organisasi.
- 23) Mengadakan perayaan seratus tahun perusahaan, pemberian penghargaan dari pemerintah kepada perusahaan/organisasi atas prestasinya di bidang industri atau bidang-bidang lainnya.
- 24) Mengorganisasikan berbagai umpan-balik dari berbagai sumber informasi, mulai dari kliping koran/majalah, berita-berita radio dan televisi, serta memantau berbagai bentuk laporan dari luar.
- 25) Menganalisis umpan-balik dan mengevaluasi hasil dari upaya untuk mencapai suatu tujuan. (2002: 33-36)

Jadi dapat disimpulkan bahwa tugas *public relations* adalah melakukan kegiatan menjual sesuatu yang tidak nampak seperti ide, gagasan atau rencana. Tugas dan pekerjaan *public relations* tidaklah ringan karena tugas dan pekerjaan tersebut dimaksudkan untuk

menciptakan hubungan baik dan harmonis dengan masyarakat maupun dengan pihak-pihak yang berkepentingan dengan organisasi atau perusahaan yang bersangkutan.

e. Khalayak *Public Relations*

Meskipun khalayak dari suatu organisasi boleh jadi berbeda dari khalayak organisasi-organisasi lainnya, tetapi kita dapat mengidentifikasikan adanya sepuluh khalayak utama yang paling sering menjadi subjek khalayak dari berbagai macam organisasi secara umum. Kesepuluh khalayak tersebut menurut Daniel Yadin sebagai berikut:

- 1) Masyarakat luas
- 2) Calon pegawai atau anggota
- 3) Para pegawai atau anggota
- 4) Pemasok jasa dan berbagai macam barang
- 5) Para investor-pasar uang
- 6) Para distributor
- 7) Konsumen dan pemakai produk organisasi
- 8) Para pemimpin pendapat umum
- 9) Serikat-serikat pekerja
- 10) Media massa (2002: 81)

Penyebaran suatu pesan atau informasi *public relations* tidak dilakukan secara sama ke semua orang seperti halnya pesan-pesan iklan. Langkah-langkah tertentu sengaja dipilih untuk mengefektifkan penerimaan pesan atau informasi dan setiap organisasi atau perusahaan memiliki khalayak khusus.

Menurut Frank Jefkins yang dikutip Daniel Yadin ada beberapa alasan pokok mengapa suatu organisasi atau perusahaan harus mengenali atau menetapkan khalayak, yaitu:

- 1) Untuk mengidentifikasi segmen khalayak atau kelompok yang paling tepat untuk dijadikan sasaran suatu program *public relations*.
- 2) Untuk menciptakan skala prioritas, sehubungan dengan adanya keterbatasan anggaran dan sumber-sumber daya lainnya.
- 3) Untuk memilih media dan teknik *public relations* yang paling sesuai.
- 4) Untuk mempersiapkan pesan-pesan sedemikian rupa agar cepat dan mudah diterima. (2002: 86)

Berdasarkan pendapat tersebut, dapat disimpulkan bahwa setiap perusahaan atau organisasi memiliki khalayak khusus. Kepada khalayak itulah organisasi senantiasa menjalin komunikasi, baik secara internal maupun eksternal. Oleh karena itu suatu perusahaan atau organisasi tidak hanya menyelenggarakan komunikasi dengan staff atau konsumennya saja.

f. Perencanaan *Public Relations*

Public relations merupakan kegiatan inti dari setiap perusahaan sehingga perlu adanya perencanaan untuk mengelola dan mengkoordinasikan tugas secara baik dan profesional. Agar dapat melakukan perencanaan terhadap proses *public relations* yang akan dilakukan diperlukan proses perencanaan *public relations*.

Menurut Daniel Yadin, ada empat alasan yang paling penting bagi perlunya suatu perencanaan *public relations*. Keempat alasan tersebut sebagai berikut:

- 1) Untuk menetapkan target-target operasi *Public Relations* yang nantinya akan menjadi tolak ukur atas segenap hasil yang diperoleh.
- 2) Untuk memperhitungkan jumlah jam kerja dan berbagai biaya yang diperlukan.

- 3) Untuk menyusun skala prioritas guna menentukan jumlah program dan waktu yang diperlukan untuk melaksanakan segenap program *Public Relations* yang telah diprioritaskan itu.
- 4) Untuk menentukan kemungkinan pencapaian tujuan-tujuan tertentu sesuai dengan ketersediaan staf pendukung atau personil yang mencukupi, dukungan dari berbagai peralatan fisik seperti alat-alat kantor, mesin cetak, kamera, kendaraan, dan sebagainya serta anggaran dana yang tersedia. (2002: 56)

Dari pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa perencanaan *public relations* berfungsi sebagai langkah awal sebelum melakukan strategi *public relations*. Dalam perencanaan yang dilakukan ada beberapa aspek yang harus diperhatikan agar proses *public relations* yang dilakukan lebih terarah. Dengan perencanaan yang matang, seorang *public relations* dapat mengantisipasi resiko yang mungkin terjadi dan meningkatkan kepercayaan konsumen.

g. Media Public Relations

Public relations dalam suatu organisasi atau perusahaan dalam menjalankan aktivitasnya tidak lepas dari media yang digunakan untuk mengusahakan hubungan baik dengan publiknya untuk mencapai tujuan. Menurut Lena Satlita media adalah sarana komunikasi yang sering digunakan oleh praktisi *public relations* untuk menyampaikan pesan kepada publiknya, dan sekaligus mampu meningkatkan citra, antara lain:

1) House of journal

Media internal dipergunakan oleh *public relations* untuk keperluan publikasi atau sebagai sarana komunikasi yang ditujukan kepada kalangan terbatas seperti: karyawan, relasi bisnis, nasabah atau konsumen. Biasanya berbentuk:

news letter, magazine, tabloid, bulletin, company profile, annual report, prospectus dan sebagainya.

2) *Printed material*

Barang cetakan untuk tujuan publikasi *public relations* dalam upaya penyampaian pesan-pesannya yang berbentuk: *brochure, leaflet, booklet*, kop surat, kartu nama, kalender dan lain sebagainya.

3) *Media pertemuan*

Media pertemuan secara langsung dengan *public relations* audience-nya melalui tatap muka misalnya presentasi, diskusi panel, seminar, pameran dan sebagainya.

4) *Broadcasting media*

Publikasi *public relations* yang disiarkan melalui TV dan radio baik milik pemerintah dan swasta (komersial). (2002: 57)

Pemakaian media dalam *public relations* tergantung dari besar kecilnya perusahaan. Menurut F. Rachmadi, media yang digunakan adalah sebagai berikut:

- 1) Media berita seperti surat kabar dan majalah
- 2) Media siaran seperti radio, televisi
- 3) Media komunikasi tatap muka seperti pameran, ceramah, seminar dan pertunjukan kesenian. (1996: 87)

Jadi, media merupakan sarana yang dipergunakan untuk menyampaikan pesan kepada publiknya baik secara langsung maupun tidak langsung.

3. Tinjauan tentang Strategi *Public Relations*

a. Pengertian Strategi *Public Relations*

Mengoptimalkan upaya dan strategi *public relations* merupakan faktor terbesar yang akan mempengaruhi kesuksesan usaha bisnis. Strategi yang dirancang dan diupayakan sedemikian rupa

membuat pelanggan tidak bosan dengan kegiatan publik yang dilakukan. Dengan adanya sebuah strategi yang baik, diharapkan proses *public relations* akan mampu berjalan secara terkontrol, dinamis dan tidak monoton. Strategi yang diharapkan adalah cara-cara baru yang lebih dapat menarik konsumen. Membuat konsumen merasa lebih nyaman dan dimengerti. Menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip Rosady Ruslan, “strategi *public relations* adalah alternatif optimal yang dipilih untuk ditempuh guna mencapai tujuan public relations dalam kerangka suatu rencana *public relations*.” (2012: 134)

Berdasarkan pengertian di atas, dapat disimpulkan bahwa untuk mencapai tujuan *public relations* secara efektif dan efisien, perlu adanya strategi *public relations*. Strategi *public relations* adalah rencana secara menyeluruh mengenai kegiatan perusahaan yang berkaitan dengan memberikan pemahaman dan memahami masyarakat. Strategi *public relations* yang dilakukan harus dengan memahami rencana dan dampak yang ditimbulkan.

b. Komponen Strategi *Public Relations*

Strategi *public relations* dibentuk melalui dua komponen yang saling terkait erat. Seperti yang dikatakan Rosady Ruslan, komponen pembentuk strategi akan dipengaruhi oleh unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi, arah, tujuan serta sasaran dari suatu pola yang menjadi dasar budaya perusahaan bersangkutan yaitu:

- 1) Secara makro, lingkungan perusahaan atau lembaga tersebut akan dipengaruhi oleh unsur-unsur umum (*public policy*), budaya (*culture*) yang dianut *system* perekonomian dan teknologi yang bersangkutan.
- 2) Secara mikro, tergantung dari misi perusahaan, sumber-sumber yang dimiliki yang berkaitan dengan sumber daya guna lainnya yang dikuasai, sistem pengorganisasian dan rencana atau program jangka pendek atau jangka panjang, serta tujuan dan sasarannya yang hendak dicapai. (2012: 140)

Berdasarkan pendapat di atas strategi *public relations* tidak dapat berdiri sendiri, dalam pelaksanaannya komponen yang terbentuk dipengaruhi oleh pengaruh internal dan eksternal perusahaan.

c. Penyusunan Strategi *Public Relations*

Landasan secara umum dalam proses penyusunan strategi *public relations* atau sering disebut humas menurut Ahmad S. Adnanputra yang dikutip Rosady Ruslan, yaitu :

- 1) Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.
- 2) Identifikasi unit-unit sasarannya.
- 3) Mengevaluasi mengenai pola dan kadar sikap tindak unit sebagai sasarannya.
- 4) Mengidentifikasi tentang struktur kekuasaan pada unit sasaran.
- 5) Pemilihan opsi atau unsur taktikal strategi humas.
- 6) Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintahan dan lain sebagainya.
- 7) Menjabarkan strategi humas dan cara menerapkan langkah-langkah program yang telah direncanakan, dilaksanakan, mengkomunikasikan dan penilaian atau evaluasi hasil kerja. (2012: 139-140)

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam penyusunan strategi *public relations*, sebuah organisasi harus mampu

mencari peluang dengan mengidentifikasi secara internal maupun eksternal.

d. Jenis Strategi *Public Relations*

Public relations yang dilakukan oleh setiap organisasi berbeda-beda. Menurut Hadwood Childs yang dikutip Rosady Ruslan ada beberapa strategi dalam kegiatan *public relations* untuk merancang suatu pesan dalam bentuk informasi atau berita, yaitu:

- 1) *Strategy of publicity*
Melakukan kampanye untuk penyebaran pesan (*message*) melalui proses publikasi suatu berita melalui kerjasama dengan berbagai media massa.
- 2) *Strategy of persuasion*
Berkampanye untuk membujuk atau menggalang khalayak melalui tehnik sugesti atau persuasi untuk mengubah opini publik dengan mengangkat segi emosional dari suatu cerita, artikel atau *features* berlandaskan *humanity interest*
- 3) *Strategy of argumentations*
Strategi ini biasanya dipakai untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan. Dalam hal ini kemampuan *public relations* sebagai komunikator yang handal diperlukan untuk mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui *system* yang dipublikasikan
- 4) *Strategy of image*
Strategi pembentukan berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga citra lembaga atau organisasi termasuk produknya. (2005: 48)

Untuk dapat menciptakan iklim yang kondusif, menurut Rosady Ruslan, *public relations* dan masyarakat (khalayak sebagai sasaran) dapat dicapai melalui berbagai aspek-aspek pendekatan atau strategi *public relations*/ Humas, yaitu:

- 1) Strategi operasional
Melalui pelaksanaan program Humas yang dilakukan dengan pendekatan kemasyarakatan (*sosiologi approach*),

melalui mekanisme sosial kultural dan nilai-nilai yang berlaku di masyarakat dari opini publik atau kehendak masyarakat yang terekam pada setiap berita atau surat kabar pembaca yang dimuat di berbagai media massa.

Artinya pihak Humas mutlak bersikap atau berkemampuan untuk mendengar (*listening*), dan bukan sekedar mendengar (*hear*) mengenai aspirasi yang ada di dalam masyarakat, baik mengenai etika, moral maupun nilai-nilai kemasyarakatan yang dianut.

2) Pendekatan persuasif dan kondusif

Fungsi Humas adalah menciptakan komunikasi dua arah (timbang balik) dengan menyebarkan informasi dari organisasi kepada pihak publiknya yang bersifat mendidik dan memberikan penerangan, maupun dengan melakukan pendekatan persuasif, agar tercipta rasa saling pengertian, menghargai, pemahaman, toleransi dan lain sebagainya.

3) Pendekatan tanggung jawab sosial humas

Menumbuhkan sikap tanggung jawab sosial bahwa tujuan dan sasaran yang hendak dicapai tersebut bukan hanya untuk mengambil keuntungan sepihak dari publik sasaran (masyarakat), namun untuk memperoleh keuntungan bersama.

4) Pendekatan kerjasama

Berupaya membina hubungan yang harmonis antara organisasi dengan berbagai kalangan, baik hubungan ke dalam (*internal relations*) maupun hubungan ke luar (*eksternal relations*) untuk meningkatkan kerjasama. Humas berkewajiban memasyarakatkan misi instansi yang diwakilinya agar diterima oleh atau mendapat dukungan masyarakat (publik sasarannya). Hal ini dilakukan dalam rangka menyelenggarakan hubungan baik dengan publiknya (*community relations*), dan untuk memperoleh opini publik serta perubahan sikap yang positif bagi kedua belah pihak (*mutual understanding*).

5) Pendekatan *koordinatif* dan *integratif*

Untuk memperluas peranan Humas di masyarakat, maka fungsi Humas dalam arti sempit hanya mewakili lembaga atau institusinya. Tetapi peranan lebih luas berpartisipasi dalam menunjang program pembangunan nasional, dan mewujudkan Ketahanan Nasional di bidang politik, ekonomi, sosial budaya, dan Hankamnas. (2012: 142-144)

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa untuk memilih strategi yang akan digunakan dalam rangka *public relations* harus

dilakukan dengan teliti. Perhatian pada berbagai aspek internal maupun eksternal perusahaan mutlak diperlukan. Apabila perusahaan hendak melakukan kegiatan, perlu ada pendekatan secara persuasi agar *public relations* dapat memperkuat, mempengaruhi, dan mengubah pendapat, sikap, sifat, dan tingkah laku seseorang atau khalayak.

e. **Manajemen Strategi *Public Relations***

Dalam menentukan strategi *public relations* yang akan dipakai, perlu ada manajemen. Manajemen strategi *public relation* atau menurut Rosady Ruslan disebut manajemen strategi humas:

Manajemen strategi humas merupakan suatu proses pengorganisasian jangka panjang dari berbagai fakta, sumber informasi menyangkut sesuatu “Kekuatan dan Kelemahan” yang dimiliki oleh lembaga bersangkutan, hingga pelaksanaan fungsi-fungsi manajemen kehumasan yang aktivitasnya untuk menangkap “peluang” yang ada secara langsung atau tidak langsung bertujuan menciptakan suatu persepsi atau kesan-kesan yang positif, baik diberikan secara individual maupun penilaian opini publik yang menguntungkan terhadap lembaga, organisasi, nama perusahaan dan produknya di masa-masa mendatang yang penuh dengan “resiko ancaman” persaingan (kompetitif) cukup tajam. (2002: 135)

Menurut Rosady Ruslan landasan perencanaan dan program kerja manajemen strategi *Public Relations* secara garis besar memenuhi faktor-faktor sebagai berikut:

- 1) Melakukan atau merancang suatu “SWOT” yaitu untuk memprediksi sejauh mana sumber-sumber daya kekuatan atau kemampuan dan posisi kelemahan (*Strength and Weakness*), yang dilihat dari segi internalnya. Kemudian sejauh mana pengevaluasian mengenai kesempatan atau peluang yang ada (*Opportunities*) dan bahkan berupa ancaman (*Threatment*) yang datang dari segi eksternalnya.
- 2) Mengevaluasi mengenai perencanaan, pengorganisasian, kordinasi, pelaksanaan, pengkomunikasian dan pencapaian

tujuan yang diharapkan di masa mendatang khususnya, dan mencapai tujuan bersama yang terintegrasi dengan tujuan organisasi/ lembaga pada umumnya.

- 3) Melaksanakan manajemen dan aktivitas *Public Relations* berdasarkan pengumpulan fakta, perencanaan, komunikasi, dan pengevaluasian.
- 4) Penyampaian analisis fakta secara aktual yang ada beredar di masyarakat, baik mengenai persepsi, sikap maupun opini dan lain sebagainya, berdasarkan pengamatan tentang berita yang disiarkan di berbagai media cetak, bahwa bahan publikasi perusahaan dan mengadakan wawancara tertentu dengan pihak audiensi atau tokoh yang dianggap terkait dengan kepentingan tertentu. (2005: 122-123)

Berdasarkan pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa manajemen strategi *public relations* adalah suatu proses untuk mengorganisasikan strategi melalui peluang dan kelemahan yang ada menjadi kesempatan sekaligus kekuatan.

f. Pelaksanaan Strategi *Public Relations*

Pada hakekatnya strategi adalah perencanaan (*planning*) dan manajemen untuk mencapai tujuan tertentu dalam praktik operasinya. Strategi digunakan untuk melakukan komunikasi kepada publik agar mendapatkan perhatian atau dukungan yang lebih dari publiknya. Strategi komunikasi yang efektif menurut Rosady Ruslan yaitu sebagai berikut:

- 1) Bagaimana mengubah sikap (*how to change the attitude*).
- 2) Mengubah opini (*to change the opinion*).
- 3) Mengubah perilaku (*to change behaviour*). (2002: 31)

Pelaksanaan strategi *Public Relations* dalam berkomunikasi menurut Cutlip, Center & Broom yang dikutip oleh Rosady Ruslan, yaitu sebagai berikut :

- 1) *Credibility* (Kredibilitas)
Komunikasi itu dimulai dari suasana saling percaya yang diciptakan oleh pihak komunikator secara sungguh-sungguh, untuk melayani publiknya yang memiliki keyakinan dan respek.
- 2) *Contex* (Konteks)
Menyangkut sesuatu yang berhubungan dengan lingkungan kehidupan sosial, pesan yang harus disampaikan dengan jelas serta sikap partisipatif. Komunikasi efektif diperlukan untuk mendukung lingkungan sosial melalui pemberitaan di berbagai media massa.
- 3) *Content* (Isi)
Pesan yang disampaikan menyangkut kepentingan orang banyak/ publik sehingga informasi dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat secara umum bagi masyarakat.
- 4) *Clarity* (Kejelasan)
Pesan harus disusun dengan kata-kata yang jelas, mudah dimengerti, serta memiliki pemahaman yang sama antara komunikator dan komunikan dalam hal maksud, tema dan tujuan semua pihak.
- 5) *Continuity & Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi)
Komunikasi merupakan proses yang tidak pernah berakhir, oleh karena itu dilakukan secara berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Dengan cara demikian untuk mempermudah proses belajar, membujuk, dan tema dari pesan-pesan tersebut harus konsisten.
- 6) *Channels* (Saluran)
Mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan terpercaya serta dipilih oleh khalayak sebagai target sasaran. Dengan demikian seorang PR harus dapat memahami perbedaan dan proses penyebaran informasi secara efektif.
- 7) *Capability of the Audience* (Kapasitas Khalayak)
Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dapat menjadi efektif bagi masyarakat bila berkaitan dengan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan dan peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan. (2012: 122-123)

Dari pendapat di atas dapat disimpulkan bahwa dalam pelaksanaan *public relations* memerlukan strategi komunikasi yang tepat agar dapat merubah penilaian masyarakat. Selain itu *public*

relations juga berusaha memperkenalkan produknya kepada publik sehingga harus mempengaruhi serta membujuk sasaran yang dituju. Usaha keras *public relations* dapat mengubah pandangan dan penilaian publik yang pada awalnya negatif dan tidak mengenal produk yang ditawarkan akan mengubah menjadi positif dan menyukai produk.

B. Penelitian yang Relevan

1. Penelitian yang dilakukan Morang Kurniatun (2009) dengan judul “Strategi *Public Relations* dalam rangka Membangun *Brand Image* sebagai Hunian yang Ideal di Sejahtera Family Hotel And Apartement Yogyakarta” yang menunjukkan bahwa strategi *public relations* dalam rangka membangun *brand image* sebagai hunian yang ideal di Sejahtera Family Hotel and Apartement Yogyakarta meliputi 1) memperbaiki image; 2) mengkomunikasikan diri dengan masyarakat sekitar (*community relations*); 3) memperkenalkan keunggulan; 4) menjalin kerjasama yang harmonis dengan pihak-pihak terkait. Media yang digunakan yaitu 1) media internal; 2) media eksternal. adapun faktor pendukungnya yaitu 1) potensi konsep yang unik; 2) adanya kerjasama yang baik dengan pihak terkait; 3) adanya dukungan dari pegawai dan juga karyawan atau publik intern dengan ikut serta memberikan pelayanan yang baik bagi pengunjung; 4) pemahaman konsep dan fasilitas oleh karyawan dan seluruh warga Sejahtera Family Hotel and Apartement Yogyakarta. Sedangkan faktor yang menjadi penghambat meliputi 1) tidak adanya

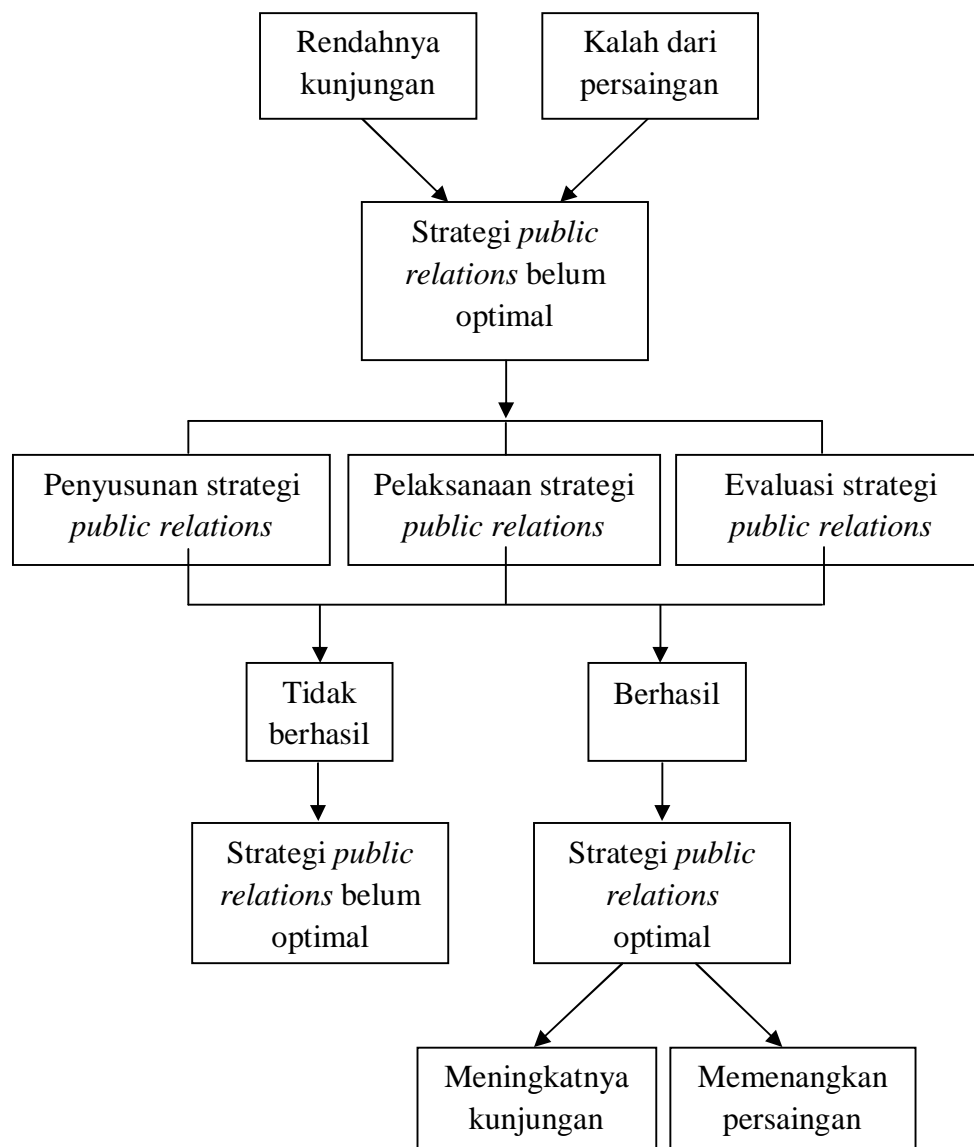
tenaga khusus yang menangani *public relations*; 2) keengganan publik untuk memberikan saran/ pendapat atau masukan.

2. Penelitian yang dilakukan Puji Astuti (2008) dengan judul “Strategi Komunikasi untuk Menarik Minat Pengunjung Badan Perpustakaan Daerah Provinsi DIY” yang menyimpulkan bahwa dalam melaksanakan strategi komunikasi memiliki 3 (tiga) elemen penting yaitu: *planning* (perencanaan), *implementing* (pelaksanaan) dan *evaluation* (evaluasi). Di dalam tahap perencanaan Perpustakaan DIY memiliki beberapa perencanaan, yaitu identifikasi masalah, menetapkan target sasaran, penetapan tujuan, perencanaan pesan, media komunikasi, rencana kerja dan rencana anggaran. Tahap implementasi di Perpustakaan DIY diusahakan secara maksimal, dan dilakukan secara berkesinambungan. Sedangkan tahap evaluasi dilakukan untuk menilai kegiatan yang telah berlangsung, apakah telah sesuai dengan apa yang telah direncanakan, apakah sudah mencapai target dan tujuan atau belum. Dari ketiga elemen tersebut maka strategi komunikasi yang digunakan adalah komunikasi langsung dan komunikasi bermedia. Media komunikasi yang digunakan adalah media elektronik dan media cetak.

C. Kerangka Pikir

Strategi *public relations* yang cocok untuk sebuah perusahaan belum tentu cocok untuk perusahaan lain. Strategi *public relations* yang baik ditentukan oleh penyusunan, pelaksanaan dan evaluasi yang baik. Penyusunan

strategi *public relations*, pelaksanaan strategi *public relations* dan evaluasi strategi *public relations* dapat dipergunakan untuk mengetahui penyebab dari belum optimalnya strategi *public relations* yang dilakukan. Oleh karena itu untuk mengetahui penyebab dari strategi *public relations* Taman Kuliner Condongcatur yang belum optimal perlu dilakukan penelitian untuk mendeskripsikan penyusunan strategi *public relations*, pelaksanaan strategi *public relations* dan evaluasi strategi *public relations* agar nantinya dapat diketahui strategi *public relations* yang tepat untuk digunakan. Berikut gambar 1. yang merupakan kerangka pikir:



Gambar 1. Skema Kerangka Pikir

D. Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana penyusunan strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur?
2. Bagaimana pelaksanaan strategi *public relations* yang diterapkan Taman Kuliner Condongcatur?
3. Bagaimana evaluasi mengenai strategi *public relations* yang telah dilakukan Taman Kuliner Condongcatur?

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Desain Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian deskriptif karena dilakukan untuk menghimpun data, fakta, penggambaran keadaan yang mengungkap strategi *public relations* yang dilakukan di Taman Kuliner Condongcatur dan menggambarkan keadaan secara mendetail. Penelitian ini berkaitan dengan penyampaian data untuk memberikan gambaran dan penegasan suatu konsep/gejala juga menjawab pertanyaan-pertanyaan sehubungan dengan strategi *public relations* berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya. Penelitian ini bertujuan untuk menghimpun dan mendeskripsikan data, mengembangkan konsep, serta menginterpretasikan data yang diperoleh dari lapangan.

B. Definisi Operasional

Agar mempermudah pemahaman perlu adanya penjelasan berkaitan dengan judul penelitian. Adapun yang dimaksud dengan:

1. Strategi *public relations*

Strategi *public relations* yang dimaksud adalah alternatif optimal yang berkaitan dengan memberikan pemahaman dan memahami masyarakat. Dimulai dari penyusunan strategi, pelaksanaan/ implementasi dari perencanaan yang telah dilakukan dan evaluasi.

2. Penyusunan strategi *public relations*

Penyusunan strategi *public relations* yang dimaksud adalah proses untuk merencanakan langkah yang akan diambil agar pelaksanaan strategi *public relations* dapat terarah.

3. Pelaksanaan strategi *public relations*

Pelaksanaan strategi *public relations* yang dimaksud adalah implementasi dari penyusunan yang telah dibuat/ direncanakan sebelumnya. Dalam pelaksanaan tersebut diharapkan strategi yang digunakan dapat mengubah sikap, opini dan perilaku publik. Pelaksanaan strategi *public relations* dapat diketahui melalui beberapa aspek yaitu:

- a. *Credibility*, kepercayaan yang diinginkan oleh komunikator untuk melayani publik agar memiliki keyakinan dan respek.
- b. *Context*, berkaitan dengan lingkungan sosial, pesan disampaikan secara jelas dan partisipatif.
- c. *Content*, pesan yang disampaikan terkait kepentingan publik yang bermanfaat sehingga informasi dapat diterima masyarakat secara umum.
- d. *Clarity*, pesan yang disampaikan jelas, mudah dimengerti, dan memiliki pemahaman yang sama antar komunikator dan komunikan.
- e. *Community & Consistency*, komunikasi dilakukan berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Pesan harus dikonsistensikan agar mempermudah proses belajar, membujuk, dan sebagainya.

- f. *Channels*, mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan dipercaya serta dipilih oleh publik.
 - g. *Capability of the audience*, memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dilakukan secara efektif dengan mengembangkan faktor bermanfaat, kebiasaan, kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan bagi khalaknya.
4. Evaluasi strategi *public relations*

Evaluasi strategi *public relations* yang dimaksud adalah suatu pemeriksaan terhadap pelaksanaan strategi *public relations* yang telah dilakukan dan yang akan digunakan untuk meramalkan, memperhitungkan, dan mengendalikan pelaksanaan program agar jauh lebih baik di masa yang akan datang. Evaluasi lebih bersifat melihat kesalahan-kesalahan dimasa lalu, dan ditujukan pada upaya peningkatan kesempatan demi keberhasilan strategi *public relations*.

C. Tempat dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur, yang beralamat di Jalan Anggajaya III, Dusun Gejayan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Penelitian ini dilaksanakan mulai pada bulan Maret 2013 sampai Juni 2013.

D. Subjek Penelitian

Subjek pada penelitian ini meliputi pihak yang dapat memberikan informasi mengenai strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur yaitu Pengelola Taman Kuliner Condongcatur (4 orang). Pengelola yang dimaksud terdiri dari Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur yaitu Bapak RS, Kepala Sub. Bagian Tata Usaha yaitu Bapak WA, Staf Aset yaitu Ibu RB dan Staf SDM yaitu Bapak MSB. Selain itu subjek dalam penelitian ini adalah penyewa kios Taman Kuliner Condongcatur berjumlah 5 orang dan 9 masyarakat yang ditentukan secara random.

E. Teknik Pengumpulan Data

Dalam penelitian ini teknik pengumpulan data yang digunakan adalah:

1. Wawancara

Teknik wawancara dipergunakan untuk memperoleh informasi, data dan fakta di lapangan agar mendapat gambaran tentang strategi *public relations* yang dilakukan Taman Kuliner Condongcatur dengan wawancara kepada subyek penelitian. Wawancara dilakukan dengan maksud untuk memperoleh informasi yang akurat mengenai penyusunan, pelaksanaan, dan evaluasi strategi *public relations* yang dilakukan sehingga diperoleh penyebab dari strategi *public relations* Taman Kuliner Condongcatur yang belum optimal.

2. Observasi

Observasi dilakukan dengan mengamati secara langsung suasana kegiatan *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur. Observasi dilakukan untuk memperoleh informasi tentang kegiatan yang berkaitan dengan *public relations* yang terjadi dalam kenyataan yaitu: kinerja Pengelola, kedisiplinan Pengelola, komunikasi antara Pengelola dengan masyarakat, komunikasi Pengelola dengan penyewa, komunikasi antara penyewa dengan konsumen dan situasi lingkungan. Kedisiplinan Pengelola dapat diketahui dengan melakukan observasi jam masuk kerja dan pulang kerja yang dilaksanakan selama satu minggu pada hari kerja (6 hari) berturut-turut. Selain itu dengan observasi yang dilakukan dapat diperoleh gambaran sarana prasarana yang ada di Taman Kuliner Condongcatur meliputi kondisi fisik bangunan, peralatan dan fasilitas-fasilitas yang mendukung proses *public relations*. Kemudian melalui hasil ini dapat diperoleh gambaran lebih jelas dan petunjuk-petunjuk tentang strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur.

3. Dokumentasi

Teknik dokumentasi dipergunakan untuk memperoleh data yang telah tersedia dalam bentuk arsip/ dokumen. Arsip/ dokumen yang berkaitan dengan masalah penelitian ini diperoleh dari Taman Kuliner Condongcatur yang berupa informasi mengenai: visi dan misi, struktur organisasi, situasi Taman Kuliner Condongcatur, surat keputusan, peraturan, catatan serta data-data tertulis.

F. Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis deskriptif. Data yang diperoleh disajikan apa adanya kemudian di analisis secara deskriptif untuk mendapatkan gambaran mengenai fakta yang ada atau untuk memperoleh kesimpulan.

1. Pengumpulan data

Pengumpulan data dilakukan secara serentak selama kegiatan penelitian berlangsung dengan menggunakan berbagai teknik pengumpulan data dalam desain penelitian deskriptif. Pada waktu data mulai terkumpul, saat itu juga sudah dimulai untuk memaknai dari setiap data yang ada, selanjutnya memberikan penjelasan yang mudah dipahami dan ditafsirkan untuk menjawab setiap pertanyaan.

2. Mengorganisasikan data

Data primer yang terkumpul dari hasil wawancara, observasi dan dokumentasi dengan bantuan rekaman ditulis kembali atau di transkripsikan apa adanya dari komentar subjek penelitian ke dalam lembar hasil wawancara, lembar hasil observasi dan lembar dokumentasi.

3. Pengelolaan data

Langkah-langkah yang ditempuh dalam pengelolaan data yaitu memformulasikan kategori, yaitu menggolongkan hasil wawancara kepada kategori-kategori yang telah ditetapkan sebagai bahan analisis.

4. Verifikasi dan penafsiran data

Teknik ini merupakan satu upaya untuk mencari suatu hubungan, persamaan atau kesimpulan yang muncul seiring dengan semakin banyaknya dukungan data yang diperoleh. Langkah ini merupakan kelanjutan dari pengelolaan data berupa penjelasan yang rinci berdasarkan teori yang diperoleh dari berbagai literatur dengan data yang diperoleh pada objek penelitian.

5. Pengambilan kesimpulan

Setelah melalui tahap verifikasi dan penafsiran data, maka langkah akhir adalah melakukan pengambilan kesimpulan. Setelah kesimpulan diambil maka dapat diperoleh gambaran yang jelas mengenai penyebab strategi *public relations* Taman Kuliner Condongcatur yang belum optimal.

BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Deskripsi Taman Kuliner Condongcatur

a. Gambaran Umum Taman Kuliner Condongcatur

Taman Kuliner Condongcatur merupakan suatu lokasi yang dipersiapkan oleh Pemerintah Kabupaten Sleman untuk merelokasi para pedagang kaki lima (PKL) yang dipindahkan dari kawasan Selokan Mataram sekitar kampus UGM dan UNY. Lokasi Taman Kuliner Condongcatur terletak di Jalan Anggajaya III, Dusun Gejayan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta dan merupakan suatu kawasan yang diproyeksikan menjadi salah satu pusat jajan yang dibangun di dekat terminal Condongcatur. TAMAN KULINER CONDONGCATUR merupakan salah satu Unit Pelaksana Teknis Dinas Pasar Kabupaten Sleman, yang ke depan diharapkan menjadi salah satu unit usaha profitable.

b. Sejarah Singkat Berdirinya Taman Kuliner Condongcatur

Taman Kuliner Condongcatur didirikan sesuai dengan Peraturan Bupati Sleman No.19/PERBUP/2006 tentang pembentukan Unit Pelaksana Teknis Dinas (UPTD) Taman Kuliner Condongcatur sebagai salah satu unit di bawah Dinas Perdagangan, Perindustrian, Koperasi, dan Penanaman Modal (P2KPM) Kabupaten Sleman yang

bertugas mengelola Taman Kuliner Condong Catur. *Grand opening* nya dilaksanakan pada tanggal 19 Agustus 2007. Perjalanan Taman Kuliner Condongcatur tidak luput dari rintangan, hambatan dan tantangan tetapi dilandasi dengan perjuangan, kerjasama dan kerja keras, maka rintangan, tantangan serta kualitas dapat dihadapi sedikit demi sedikit sehingga dapat berkembang sampai sekarang. Sejak tahun 2009 Taman Kuliner Condongcatur merupakan Unit Pelaksana Teknis (UPT) yang berada langsung di bawah Dinas Pasar.

c. Visi dan Misi

Taman Kuliner Condongcatur memiliki visi dan misi sebagai berikut:

VISI

Visi yang diangkat adalah EDUKATIF, NYAMAN, SEHAT DAN AMAN.

MISI

Misi “TAMAN KULINER CONDONGCATUR” adalah menjadi taman rekreasi, taman jajan, dan taman apresiasi.

d. Struktur Tugas Taman Kuliner Condongcatur

Struktur tugas pada Taman Kuliner Condongcatur yaitu dipimpin oleh seorang Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur. Pada pelaksanaan kepemimpinannya, Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur dibantu oleh Kepala Sub. Bagian Tata Usaha dan 2 orang Staf yaitu Staf Aset dan Staf SDM.

- Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur

Bapak RS

- Sub. Bagian TU

Bapak WA

- Staf Aset

Ibu RB

- Staf SDM

Bapak MSB

Pelaksanaan tugas pengelola dibantu tenaga honorer/ pegawai harian lepas sebanyak 13 orang meliputi 6 orang kelompok petugas kebersihan dan 7 orang kelompok petugas keamanan. Struktur tugas Taman Kuliner Condongcatur terdapat dalam lampiran 8.

2. Deskripsi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur

Taman Kuliner Condongcatur tidak memiliki bagian yang khusus menangani *public relations*. Namun secara fungsional *public relations* pada Taman Kuliner Condongcatur masih dirangkap oleh pengelola Taman Kuliner Condongcatur itu sendiri yaitu:

a. Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur

Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur memiliki peran yang paling dominan dalam pelaksanaan fungsi *public relations* terkait dengan promosi dan event.

b. Sub. Bagian Tata Usaha

Sub. Bagian Tata Usaha melaksanakan fungsi *public relations* sehubungan dengan anggaran keuangan.

c. Staf Aset

Staff Aset melaksanakan fungsi *public relations* sehubungan dengan sarana dan prasarana yang akan dipergunakan.

d. Staf SDM

Staf SDM melaksanakan fungsi *public relations* sebagai penyambung aspirasi antara pihak pengelola dan pegawai harian lepas.

3. Deskripsi Data

Penelitian ini dilaksanakan pada bulan Maret sampai Juni 2013 di Taman Kuliner Condongcatur yang beralamat di Jalan Anggajaya III, Dusun Gejayan, Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Penelitian menggunakan beberapa teknik pengumpulan data untuk memperoleh data yaitu melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Wawancara, observasi dan dokumentasi yang dilakukan mengacu pada permasalahan yang menyebabkan strategi *public relations* belum optimal. Penelitian dilakukan dengan pengembangan terhadap pertanyaan yang digunakan untuk mencari fakta mengenai strategi *public relations* manakala peneliti menemukan adanya peluang untuk memperoleh fakta penting terkait dengan strategi *public relations* dan belum terangkum dalam pedoman wawancara, observasi dan dokumentasi.

Berdasarkan wawancara, dokumentasi dan observasi yang dilakukan, diperoleh hasil sebagai berikut.

a. Strategi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur

Perkembangan Taman Kuliner Condongcatur tidak dapat terlepas dari strategi *public relations* yang dilakukan oleh Pengelola. Strategi *public relations* yang dilakukan pada umumnya merupakan suatu rencana strategis untuk mencapai visi dan misi Taman Kuliner Condongcatur. Strategi *public relations* yang dilakukan dapat diketahui dari penyusunan strategi *public relations*, pelaksanaan dari strategi *public relations* yang telah direncanakan dan evaluasi terhadap strategi *public relations* yang telah dilakukan.

Sebelum melakukan penyusunan strategi *public relations*, terlebih dahulu melakukan suatu analisis SWOT (*Strength, Weakness, Opportunities, Threatment*). Adapun hasil analisis tersebut dapat diuraikan sebagai berikut:

1) *Strength* (Kekuatan)

- a) Lokasi tidak jauh dari kota dan dilewati oleh jalur-jalur lintas propinsi.
- b) Nama “Taman Kuliner” sangat menarik dan membuat penasaran masyarakat.
- c) Lingkungan yang asri, luas dan tertata.
- d) Mempunyai sarana, prasarana dan fasilitas penunjang yang lengkap, yaitu sebagai berikut:

- (1) Kamar mandi, Taman Kuliner Condongcatur memiliki 2 kamar mandi yaitu di sebelah selatan musholla dan di sebelah utara panggung dengan 10 kamar mandi yang terpisah antara pria dan wanita.
- (2) Musholla, Taman Kuliner Condongcatur menyediakan musholla untuk mempermudah pengunjung muslim/muslimah dalam melaksanakan ibadah.
- (3) Tempat parkir luas, mampu menampung sekitar 80 mobil dan 120 motor.
- (4) Hotspot, memiliki koneksi yang cepat dan dapat digunakan free di Taman Kuliner Condongcatur.
- (5) Kios resto dan non resto, Taman Kuliner Condongcatur tidak hanya menyediakan tempat makan, namun juga bisnis jasa.
- (6) Panggung, berada di bagian tengah Taman Kuliner Condongcatur.
- (7) Tenda, bagi pengunjung dapat menikmati hidangan di tenda depan kios maupun yang berada di area terbuka.
- (8) Area bermain anak, disediakan permainan bagi anak-anak meskipun masih terbatas.
- (9) Area terbuka, dapat digunakan untuk outward bond anak-anak.

- e) Mudah dijangkau oleh transportasi pribadi maupun transportasi umum.
- f) Berada di daerah sentra pendidikan Daerah Istimewa Yogyakarta.
- g) Persepsi pengunjung terhadap sarana prasarana sangat bagus, dan juga harapan untuk pengembangan menjadi tujuan wisata kuliner sangat besar.
- h) Harga makanan dan minuman relatif murah sehingga terjangkau oleh semua lapisan masyarakat.

2) *Weakness* (kelemahan)

- a) Belum memiliki makanan dan minuman khas.
- b) Jumlah kios yang buka hanya sedikit kurang lebih sekitar 20%.
Berdasarkan dokumentasi yang dilakukan diketahui jumlah kios yang sudah disewa sebanyak 106 dari 120 kios. Namun kios yang buka setiap harinya hanya sekitar 25-30, bahkan ketika tidak ada event yang digelar berkisar antara 15-25 kios.
- c) Jenis dan variasi menu yang tersedia sangat terbatas mengingat kios yang buka hanya sedikit.
- d) Kurangnya atap pelindung sehingga pada siang hari sangat panas, ketika hujan tidak ada tempat yang dapat digunakan pengunjung untuk berteduh.
- e) *Performance* pedagang yang belum bisa dijadikan daya tarik.
- f) Keterbatasan anggaran yang dimiliki.

3) *Opportunities* (peluang)

- a) Perubahan gaya hidup bahwa makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi lebih untuk mendapatkan pengalaman.
- b) Banyak tayangan media massa yang mengekspos masalah kuliner, sehingga berpengaruh positif terhadap pandangan masyarakat mengenai kuliner.
- c) Yogyakarta memiliki banyak jenis makanan dan minuman yang bisa diangkat sebagai makanan khas.

4) *Threatment* (ancaman)

- a) Banyak tempat di wilayah Yogyakarta khususnya Kabupaten Sleman yang secara alami telah berkembang menjadi pusat-pusat kuliner.

Dari hasil analisis SWOT tersebut dapat disusun suatu rencana agar pelaksanaannya dapat berjalan dengan baik sesuai dengan yang telah direncanakan. Proses penyusunan strategi *public relations*, pelaksanaan strategi *public relations* dan evaluasi strategi *public relations* dapat diuraikan sebagai berikut:

1) Penyusunan Strategi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur

Penyusunan strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur didasarkan pada keputusan Kepala UPT Taman Kuliner Condongcatur untuk selanjutnya diberitahukan kepada

Pengelola, pegawai harian lepas dan penyewa melalui pertemuan yang dilakukan secara formal dan informal. Penyusunan yang dilakukan sebagai berikut:

a) Mengidentifikasi permasalahan yang muncul

Penyusunan strategi di Taman Kuliner Condongcatur diawali dengan mengidentifikasi permasalahan yang muncul. Berdasarkan wawancara dengan Bapak RS diketahui identifikasi masalah yang muncul dilakukan dengan mengumpulkan informasi mengenai: media yang digunakan, dana yang dimiliki, SDM yang dimiliki, fasilitas dan keadaan lingkungan meliputi kebersihan dan keamanan.

Pengumpulan informasi dilakukan Pengelola melalui pengamatan, pertemuan formal dan informal dengan penyewa dan pegawai harian lepas. Informasi mengenai media yang digunakan diketahui melalui koordinasi dengan Bapak WA, Bapak MSB dan Ibu RB. Informasi mengenai dana yang dimiliki diketahui melalui Bapak WA, mengenai aset yang dimiliki perusahaan dapat diketahui dari Ibu RB dan untuk mengetahui SDM yang dimiliki Bapak RS melakukan koordinasi dengan Bapak MSB agar diketahui masalah yang dijumpai pegawai harian lepas.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, diperoleh masalah yang muncul yaitu:

- (1) Media *public relations* yang digunakan terbatas pada anggaran yang dimiliki.
- (2) Kurangnya kemampuan Informasi Teknologi.
- (3) Media *public relations* yang digunakan masih sederhana.
- (4) Taman Kuliner Condongcatur masih sepi pengunjung, kecuali pada saat diadakan event.

b) Identifikasi unit sasaran (khalayak)

Penyusunan strategi *public relations* yang dilakukan tidak luput dari identifikasi terhadap unit sasaran. Selain mengidentifikasi permasalahan yang muncul juga dilakukan identifikasi unit sasaran. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Pengelola diketahui unit sasaran diidentifikasi melalui:

(1) Lingkungan perusahaan

Berdasarkan observasi yang dilakukan Taman Kuliner Condongcatur berada di daerah perkampungan dan pusat pendidikan. Banyak sekolah dan Perguruan Tinggi yang lokasinya tidak begitu jauh seperti AMIKOM, UPN, UII, UNY, Sanata Dharma, Atma Jaya dan sebagainya.

(2) Fasilitas yang dimiliki

- (a) Kamar mandi, Taman Kuliner Condongcatur memiliki 2 kamar mandi yaitu di sebelah selatan musholla dan di

sebelah utara panggung dengan 10 kamar mandi yang terpisah antara pria dan wanita.

- (b) Musholla, Taman Kuliner Condongcatur menyediakan musholla untuk mempermudah pengunjung muslim/muslimah dalam melaksanakan ibadah.
- (c) Tempat parkir luas, mampu menampung sekitar 80 mobil dan 120 motor.
- (d) Hotspot, memiliki koneksi yang cepat dan dapat digunakan free di Taman Kuliner Condongcatur.
- (e) Kios resto dan non resto, Taman Kuliner Condongcatur tidak hanya menyediakan tempat makan, namun juga bisnis jasa.
- (f) Panggung, dapat dipergunakan untuk melaksanakan berbagai macam event diantaranya festival seni, reuni, ulang tahun, pesta pernikahan dan lain-lain.
- (g) Tenda, bagi pengunjung dapat menikmati hidangan di tenda depan kios maupun yang berada di area terbuka.
- (h) Area bermain anak, disediakan permainan bagi anak-anak meskipun masih terbatas.
- (i) Area terbuka, dapat digunakan untuk outward bond anak-anak.

(3) Misi perusahaan

Berdasarkan dokumentasi yang dilakukan diketahui misi Taman Kuliner Condongcatur yaitu menjadi taman rekreasi, taman jajan dan taman apresiasi.

Berdasarkan identifikasi yang dilakukan, Bapak RS memilih unit sasaran yang sekiranya dapat menikmati fasilitas yang dimiliki dengan mengutamakan misi agar khalayak puas dengan pelayanan yang diberikan. Oleh karena itu unit sasaran yang dipilih yaitu semua kalangan, tapi khususnya untuk anak muda dan remaja. Unit sasaran yang dimaksud dapat diuraikan sebagai berikut:

(1) Masyarakat luas

Pengelola tidak memberikan batasan bagi pengunjung yang akan mendatangi Taman Kuliner Condongcatur.

(2) Usia dini, mulai dari *Playgroup*, TK dan SD

Anak-anak usia dini mulai dari *playgroup*, TK dan SD menjadi unit sasaran dari strategi *public relations* karena pada dasarnya mereka senang bermain dan Taman Kuliner Condongcatur memiliki area bermain yang dapat digunakan oleh anak-anak, dapat juga dilakukan *outbond*.

(3) Pelajar dan mahasiswa

Unit sasaran yang diutamakan adalah anak muda dan remaja, pemilihan tersebut dikarenakan lingkungan Taman

Kuliner Condongcatur yang dekat dengan instansi pendidikan. Dimana banyak pelajar diantaranya SMP, SMA dan mahasiswa. Diharapkan mayoritas kalangan anak muda dan remaja yang ada di sekitar lingkungan mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur baik untuk makan, belanja maupun untuk sekedar refreshing.

(4) Keluarga

Melihat kesibukan masyarakat melalui aktivitas dan pekerjaan yang dilakukan, maka Taman Kuliner Condongcatur menyediakan tempat makan sebagai sarana untuk berkumpul dengan keluarga.

(5) Penyewa kios

Kaitannya dengan makanan, barang dan jasa yang ditawarkan, unit sasaran yang dipilih yaitu penyewa kios dengan harapan makanan, barang dan jasa yang ditawarkan lebih bervariasi. Kriteria penyewa kios yang diutamakan adalah yang memiliki pelanggan tetap atau komunitas tertentu sebagai upaya meramaikan Taman Kuliner Condongcatur.

(6) Komunitas

Dengan keberadaan suatu komunitas di Taman yang Kuliner Condongcatur diharapkan mampu mendatangkan

masyarakat melalui kegiatan yang diadakan di Taman Kuliner Condongcatur.

(7) Media massa

Taman Kuliner Condongcatur menetapkan media massa sebagai unit sasaran dengan harapan mampu memberitakan event dan kondisi di Taman Kuliner Condongcatur agar dapat disebarluaskan kepada masyarakat.

c) Mengevaluasi mengenai sikap publik sebagai sasaran

Setelah dilakukan identifikasi permasalahan yang muncul dan unit sasaran (khalayak), maka tahap selanjutnya yaitu melakukan evaluasi mengenai sikap publik sebagai unit sasaran. Evaluasi dilakukan dengan memperhatikan sikap publik melalui keluhan yang diungkapkan oleh konsumen agar dapat diketahui bagaimana cara menghadapi perbedaan yang ditunjukkan oleh publik. Tidak sedikit keluhan yang diungkapkan masyarakat kepada Taman Kuliner Condongcatur.

Pengelola menyadari keluhan masyarakat melalui pemberitaan di media massa maupun keluhan yang disampaikan secara langsung kepada Pengelola. Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada Bapak RS, keluhan yang disampaikan meliputi: fasilitas (tempat duduk dan tenda belum memenuhi kriteria masyarakat), makanan belum sesuai selera masyarakat. Menindak lanjuti keluhan tersebut Bapak RS

menghadapi tidak secara emosi dalam artian tidak mencoba untuk perang opini melalui media massa namun melalui tindakan secara langsung yang bersifat positif meliputi perbaikan fasilitas meskipun secara bertahap karena keterbatasan anggaran yang dimiliki.

d) Pemilihan opsi atau strategi *public relations*

Setelah mengetahui masalah yang dihadapi, unit sasaran dan sikap publik maka dilakukan pemilihan terhadap strategi yang akan digunakan. Strategi yang dipilih berdasarkan koordinasi oleh Pengelola dengan mempertimbangkan masalah yang sedang dihadapi, unit sasaran dan sikap publik untuk selanjutnya diambil keputusan oleh Bapak RS. Berdasarkan wawancara yang dilakukan dengan Bapak RS diketahui strategi yang dipilih yaitu strategi untuk membentuk citra.

e) Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintahan

Perubahan kebijaksanaan penting untuk dicermati. Berdasarkan keterangan yang diperoleh dari Bapak RS, setiap kebijakan terkait dengan penggunaan media diberitahukan kepada Pengelola untuk selanjutnya ditindaklanjuti untuk segera dilaksanakan dengan pembagian tugas sesuai dengan keputusan Bapak RS. Terkait dengan hubungan kerjasama yang dijalin dengan penyewa, perubahan tarif yang ada secepat

mungkin diinformasikan Bapak RS kepada penyewa untuk menghindari kesan sepihak. Berdasarkan dokumentasi yang dilakukan diketahui perubahan kebijakan tersebut (perubahan tarif) dilandasi Peraturan Daerah Kabupaten Sleman Nomor 5 Tahun 2012 mengenai retribusi pemakaian kekayaan daerah. Namun untuk pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner Condongcatur tetap mengikuti Peraturan Bupati Sleman Nomor 48 Tahun 2010.

2) Pelaksanaan Strategi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur

Tahap berikutnya yaitu pelaksanaan strategi *public relations* yang telah disusun sebelumnya. Pelaksanaan strategi *public relations* dilakukan semaksimal mungkin oleh Pengelola maupun penyewa. Pelaksanaan strategi *public relations* yang dilakukan Taman Kuliner Condongcatur menurut Bapak RS mengacu pada strategi yang telah disusun tanpa ada rencana cadangan dalam artian perencanaan publikasi sudah dengan keyakinan akan membawa dampak positif.

Strategi *public relations* Taman Kuliner Condongcatur yaitu sebagai berikut:

a) Menggencarkan promosi

Promosi yang dilakukan yaitu melalui berbagai media diantaranya:

(1) TV

Penggunaan media elektronik Jogja TV melalui program klinong-klinong campursari dan liputan khusus. Menurut Bapak RS klinong-klinong campursari diadakan untuk lebih dapat memperkenalkan diri kepada masyarakat selain itu juga untuk memberikan hiburan bagi masyarakat. Klinong-klinong campursari dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur pada hari Sabtu 21 April 2012 mulai pukul 19.00 dan ditayangkan di Jogja TV pada hari Kamis 3 Mei 2012 pukul 20.30-21.30. Sebelum dilaksanakan program klinong-klinong campursari terlebih dahulu pihak Jogja TV melakukan pemberitaan di internet (dapat dilihat pada lampiran 13). Selain klinong-klinong campursari juga melalui program liputan khusus. Program liputan khusus tersebut dilakukan dengan mensosialisasikan Taman Kuliner Condongcatur kepada masyarakat mengenai event yang dapat dilaksanakan dengan berbagai fasilitas yang dimiliki.

(2) Baliho

Baliho digunakan pengelola untuk menyampaikan misi Taman Kuliner Condongcatur dan produk yang disediakan meliputi: aneka menu masakan, handycraft, fashion,

modiste, aksesoris, makanan kemasan, hape, voucher dan kelontong (dapat dilihat pada gambar 2).

(3) Spanduk

Spanduk digunakan penyewa untuk memberikan informasi mengenai makanan, barang dan jasa yang ditawarkan (dapat dilihat pada gambar 3). Spanduk yang digunakan pengelola memberikan informasi mengenai event yang akan diadakan dan dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur (dapat dilihat pada gambar 4)

(4) Papan petunjuk arah

Penggunaan papan petunjuk arah dimaksudkan agar masyarakat dapat dengan mudah menuju Taman Kuliner Condongcatur. (dapat dilihat pada gambar 5)

(5) Internet

Memanfaatkan jaringan internet yang ada, pengelola maupun penyewa menggunakan website yang merupakan media *public relations* di dunia maya dengan alamat <http://tamankuliner-cc.com>. Website ini terdiri dari berbagai macam informasi yang memuat visi dan misi, event yang telah diadakan. Website yang dipergunakan tidak memberikan informasi mengenai makanan yang ada di Taman Kuliner Condongcatur dan sangat disayangkan saat ini sudah tidak dikelola. Menurut Bapak RS, saat ini

media berupa website sudah tidak digunakan karena keterbatasan IT yang dimiliki oleh pengelola. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui beberapa penyewa memanfaatkan internet untuk menyebarkan pesan kepada masyarakat baik itu melalui website maupun blog (dapat dilihat pada lampiran 11). Berdasarkan observasi yang dilakukan, pedagang R19 penjual mi ayam sehat melakukan pelatihan untuk membuat mi ayam (dapat dilihat pada gambar 13) dan di ekspos pada website sebelum maupun sesudah diadakan pelatihan (dapat dilihat pada lampiran 12).

(6) Brosur

Brosur yang dipergunakan memuat informasi mengenai fasilitas yang dimiliki, denah lokasi dan berbagai event yang telah diadakan meliputi pentas seni, TKC Saturday Night Live Music, Taman Kuliner Drumband Kids, Ramadhan Fair dan TKC New Year Party. Pengelola memiliki brosur yang berupa informasi mengenai TKC Saturday Night Live Music yaitu acara live music pada setiap malam minggu yang disajikan untuk pengunjung. Bagi masyarakat yang ingin mengikuti TKC Saturday Night Live Music, dapat mendaftarkan diri pada formulir

yang disediakan pada bagian belakang brosur (dapat dilihat pada lampiran 10).

(7) Event

Event yang diselenggarakan yaitu event yang diadakan oleh Taman Kuliner Condongcatur maupun event dari masyarakat (contoh event yang telah dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur dapat dilihat pada gambar 8-13). Event yang saat ini masih aktif diadakan oleh Taman Kuliner Condongcatur adalah burung berkicau (Taman Kuliner Kicau Mania) yang dilaksanakan setiap hari Rabu dan Sabtu sore pukul 16.00-selesai dan senam setiap hari Minggu mulai pukul 06.00.

(8) Papan informasi

Event yang akan diadakan tercantum pada papan informasi berupa agenda event. Dengan adanya agenda event ini, diharapkan mempermudah informasi kepada penyewa maupun pengunjung untuk mengetahui event yang akan diadakan (dapat dilihat pada gambar 6). Selain agenda event, tersedia papan informasi berupa petunjuk kios (dapat dilihat pada gambar 7).

b) Memperkenalkan keunggulan Taman Kuliner Condongcatur

Taman Kuliner Condongcatur memiliki beberapa keunggulan, adapun keunggulan yang dimaksud adalah:

(1) Kelengkapan fasilitas meliputi:

- (a) Kamar mandi, Taman Kuliner Condongcatur memiliki 2 kamar mandi yaitu di sebelah selatan musholla dan di sebelah utara panggung dengan 10 kamar mandi yang terpisah antara pria dan wanita.
- (b) Musholla, Taman Kuliner Condongcatur menyediakan musholla untuk mempermudah pengunjung muslim/muslimah dalam melaksanakan ibadah.
- (c) Tempat parkir luas, mampu menampung sekitar 80 mobil dan 120 motor.
- (d) Hotspot, memiliki koneksi yang cepat dan dapat digunakan free di Taman Kuliner Condongcatur.
- (e) Kios resto dan non resto, Taman Kuliner Condongcatur tidak hanya menyediakan tempat makan, namun juga bisnis jasa.
- (f) Panggung, dapat dipergunakan untuk melaksanakan berbagai macam event diantaranya festival seni, reuni, ulang tahun, pesta pernikahan dan lain-lain.
- (g) Tenda, bagi pengunjung dapat menikmati hidangan di tenda depan kios maupun yang berada di area terbuka.
- (h) Area bermain anak, disediakan permainan bagi anak-anak meskipun masih terbatas.

- (i) Area terbuka, dapat digunakan untuk outward bond anak-anak.
- (2) Dapat dipergunakan masyarakat untuk melaksanakan berbagai event diantaranya festival seni, outward bond untuk anak-anak, reuni, band, ulang tahun, party, pernikahan dan lain sebagainya.
- (3) Tidak hanya untuk tempat makan namun Taman Kuliner Condongcatur menyediakan barang dan jasa yang ditawarkan seperti handycraft, fashion, modiste, aksesoris, makanan kemasan, hape, voucher dan kelontong.

Dalam memperkenalkan keunggulan Taman Kuliner Condongcatur mempromosikan melalui media yang telah disebutkan sebelumnya.

c) Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait

Taman Kuliner Condongcatur merupakan organisasi yang tidak dapat berdiri sendiri. Organisasi ini layak nya manusia yang membutuhkan orang lain untuk dapat bertahan hidup. Oleh karena itu Taman Kuliner Condongcatur berusaha untuk membangun hubungan baik dengan pihak-pihak lain demi kelangsungan hidupnya melalui kerjasama dengan pihak-pihak terkait. Beberapa kerjasama yang dilakukan Taman

Kuliner Condongcatur dalam hal promosi dan sosialisasi antara lain dengan:

- (1) Dinas Pasar, kerjasama dengan Dinas Pasar meliputi pengurusan izin mengenai sewa-menyewa.
- (2) Media massa elektronik JOGJA TV dalam rangka penyebaran pesan dengan menyiarkan event yang diadakan di Taman Kuliner Condongcatur maupun fasilitas yang ada.
- (3) Penyewa, kerjasama dengan penyewa dilakukan dengan memberitahukan informasi terkait persyaratan izin, perjanjian sewa, hak, kewajiban dan larangan (terdapat pada lampiran 14)

Persyaratan izin menyewa meliputi:

- (a) Fotokopi KTP yang masih berlaku.
- (b) Pernyataan kesanggupan untuk mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Daerah.
- (c) Rekomendasi dari Kepala UPT.
- (d) Pas foto ukuran 4x6 sebanyak 3 (tiga) lembar, khusus bagi pemohon izin penggunaan kios, resto dan gedung.

Perjanjian sewa pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner:

- (a) Pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian.
- (b) Jenis, luas, jenis barang atau jasa, besara biaya sewa dan jangka waktu.
- (c) Tata cara pembayaran sewa.

(d) Hak dan kewajiban para pihak.

(e) Sanksi.

Hak, Kewajiban dan Larangan.

Setiap pemilik izin berhak:

(a) Melakukan kegiatan usaha di lokasi yang telah diizinkan.

(b) Mendapatkan pembinaan dan pendampingan dalam pengembangan usaha.

Setiap pemilik izin wajib:

(a) Membayar biaya sewa tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

(b) Menjaga ketertiban, keamanan, kesehatan, kebersihan dan keindahan lingkungan serta fungsi fasilitas umum lainnya di Taman Kuliner.

(c) Menjaga prasarana dan sarana fisik yang menjadi tanggungjawabnya.

Setiap pemilik izin dilarang:

(a) Menjaminkan atau menggadaikan izin dengan cara apapun.

(b) Melakukan kegiatan usaha selain jenis usaha yang telah diizinkan.

(c) Menyewakan kepada pihak lain.

- (d) Memindahtangankan izin kepada pihak lain tanpa izin dari pejabat yang berwenang.
- (e) Memanfaatkan bangunan untuk tempat tinggal.
- (f) Menggunakan fasilitas Taman Kuliner melebihi ketentuan yang telah diizinkan.
- (g) Mengubah tampilan, bentuk dan fungsi bangunan fasilitas tanpa izin dari Kepala Dinas.

Sanksi Administrasi:

Pemegang izin diberikan peringatan secara tertulis apabila:

- (a) Melakukan kegiatan usaha tidak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam izin yang telah diperolehnya.
 - (b) Tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam pasal 12, 13, 17 dan 18.
 - (c) Tidak melakukan aktivitas kegiatan usaha tanpa keterangan yang dapat dipertanggungjawabkan selama 30 (tiga puluh) hari berturut-turut atau 90 (sembilan puluh) hari dalam satu tahun secara kumulatif.
- (4) Pegawai harian lepas, kerjasama dalam hal menciptakan kesan positif meliputi kebersihan dan keamanan.
 - (5) Komunitas Taman Kuliner Kicau Mania, kerjasama untuk menyebarkan informasi mengenai event burung berkicau agar lebih banyak masyarakat yang mengikuti event tersebut.

- (6) Event organizer.
- (7) Kerjasama dengan penyelenggara event.
- (8) Persewaan (tenda dan kursi).

d) Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat

Taman Kuliner Condongcatur berusaha untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat supaya masyarakat memiliki kesan pertama yang baik meliputi:

- (1) Menjaga untuk Taman Kuliner Condongcatur tampil selalu bersih dan selalu aman.
- (2) Memperbaiki dan memelihara fasilitas agar tampak lebih baik dan tidak menimbulkan berita negatif.
- (3) Menjaga kualitas produk.
- (4) Memberikan kesan positif melalui pelayanan yang diberikan, agar masyarakat memiliki kesan baik. Pelayanan kepada pihak yang akan menyelenggarakan event maupun penyewa dengan seminimal mungkin datang ke Taman Kuliner Condongcatur untuk mengurus persyaratan yang harus dipenuhi. Artinya 2 kali harus selesai, hari pertama dilayani, hari kedua sudah selesai mengurus persyaratan.

e) Memperbaiki citra (*image*) Taman Kuliner Condongcatur

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada pengunjung menyatakan mereka di ajak teman atau saudara dan merasa penasaran dengan Taman Kuliner Condong Catur.

Namun sesudah sampai di tempat tersebut mereka kecewa karena situasi yang tidak sesuai harapan mereka. Tidak sesuai dengan namanya, Taman Kuliner Condong Catur sangat sepi, hanya beberapa kios dan resto yang buka.

Guna memperbaiki *image* yang ada di Taman Kuliner Condongcatur tersebut maka pihak Pengelola berusaha melakukan pendekatan kerjasama kepada penyewa agar membuka kiosnya. Pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan untuk menambah anggapan atau kesan yang tadinya negatif menjadi positif setelah melakukan pendekatan dan penjelasan langsung kepada publik tentang kondisi Taman Kuliner Condongcatur.

Pelaksanaan strategi *public relations* tentu membutuhkan komunikasi yang baik dengan publiknya. Berikut adalah uraian pelaksanaan strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur dalam berkomunikasi:

a) *Credibility* (Kredibilitas)

Komunikator (Pengelola dan penyewa) memiliki itikad baik, kelayakan untuk dipercaya, karakter jujur serta ketulusan untuk menyampaikan informasi kepada publik. Pengelola selalu berusaha memberikan penguatan kepada penyewa dan pegawai harian lepas melalui pertemuan-pertemuan formal dan informal untuk turut membantu mempromosikan produk

makanan maupun jasa agar lebih banyak masyarakat yang datang dan memiliki kepercayaan atas produk yang ditawarkan. Promosi yang dilakukan melalui berbagai media dengan memberikan pengertian bahwa Taman Kuliner Condongcatur memiliki potensi yang besar. Pengelola berusaha meyakinkan pada masyarakat bahwa Taman Kuliner Condongcatur layak untuk menjadi taman rekreasi, taman jajan, dan taman apresiasi melalui promosi yang dilakukan. Usaha yang dilakukan pengelola dengan menginformasikan keadaan yang sebenarnya meliputi fasilitas maupun event yang telah diadakan ataupun yang akan diadakan.

Pada umumnya dalam komunikasi yang dilakukan Pengelola dan penyewa semata-mata ingin membuat pengunjung percaya dengan informasi yang diberikan. Namun belum seluruh pengunjung memiliki kepercayaan pada Taman Kuliner Condongcatur sebagai tempat makan yang memuaskan meskipun terus berusaha menerangkan dengan jujur melalui berbagai media cetak maupun elektronik. Berikut pendapat masyarakat mengenai makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur:

“Nggak ah mbak, tadi aku makan nasi goreng cuma lima ribu, tapi rasanya kurang cuss..mending agak mahal dikit tapi enak gitu.”(AF)

“Ehmmm..gimana ya.. tidak terlalu senang...soalnya makanannya cuma itu-itu aja..ya kaya warung biasa lah mbak...”(FNC)

“Enggak, tadinya saya diajak ke sini sama temen saya, jujur aja ya..saya gak suka diajak kesini, banyak kios makanan tapi saya ga bisa pilih-pilih makanan..udah gitu makanannya yang disajikan biasa aja, gak ada yang beda dari tempat-tempat makan lainnya”(GA)

“Enggak, masa namanya Taman Kuliner tapi penyajian makanannya ga ada variasinya, ga ada hiasannya. Aku mikirnya ada yang menarik dengan makanan yang disajikan ternyata enggak.”(S)

b) *Contex* (Konteks)

Kesesuaian pesan dengan kenyataan masyarakat diterapkan oleh Pengelola dan penyewa dalam komunikasinya kepada masyarakat. Komunikasi yang dilakukan Pengelola yaitu dengan menjelaskan bahwa pendekatan yang dilakukan merupakan benar-benar kebutuhan masyarakat. Menurut Bapak RS publik yang diutamakan yaitu anak muda dan remaja, maka harga makanan yang dijual tidak terlalu mahal dan dapat dijangkau. Sesuai dengan pandangan masyarakat mengenai kisaran harga makanan ataupun minuman yang dijual tidak terlalu mahal dan dapat dijangkau sebagai berikut:

“Mahal sih enggak, tapi kalo aku yang penting rasa”
(AF)

“Murah, daripada yang lain mahal.” (IY)

“Enggak mahal kok.” (GA)

“Enggak tuh mbak, aku beli nasi goreng cuma lima ribu.” (FNC)

“Enggak, standar lah seperti di tempat lain.” (S)

“Enggak terlalu mahal kok, 7 ribu dapet makanan yang sepadan sama harganya.” (AWS)

“Gak murah, gak mahal juga, masih bisa dijangkau lah” (N)

Pengelola maupun penyewa berusaha untuk berpartisipasi dalam upaya mendekatkan diri kepada masyarakat melalui pemberitaan di berbagai media.

c) *Content* (Isi)

Pesan disampaikan kepada masyarakat melalui pemahaman yang dilakukan Pengelola dan penyewa dalam meramaikan Taman Kuliner Condongcatur melalui berbagai media. Melakukan yang terbaik ketika menginginkan Taman Kuliner Condongcatur ramai, menjadi tempat berlangganan dan pusat kuliner di DIY seperti yang diharapkan masyarakat sebagai berikut:

“Iyalah pengen rame..trus juga makanan yang dijual bervariasi dan ada yang berbeda dibandingkan tempat makan lain.”

“Berharap jadi tempat langganan kalau kualitas makanannya meningkat.”

“Berharap soalnya fasilitasnya sudah memadai, hanya saja kurang dimanfaatkan. Coba kalau dimanfaatkan dengan baik pasti bisa jadi pusat kuliner.” (AF)

“Iya, karena fasilitasnya lengkap, tempatnya enak buat wifian sama nongkrong bareng temen.”

“Iya berharap, kan tempatnya enak. Tempatnya nyaman fasilitasnya memadai ada musholla, kamar mandi, gazebo, panggung tontonan dan lain-lain.”

“Iya mbak, karena deket sama kota.” (GA)

“Iya lah, masa sepi begini.”

“Berharap, kan aku sering lewat sini jadi bisa sekalian makan.”

“Yap..menurutku bagus ini tempatnya, fasilitas yang ada lumayan lengkap.” (S)

“Iya berharap sekali.”

“Iya berharap, walaupun sedikit yang buka, tapi makanannya ada yang bervariasi seperti mi ayam ini gak terlalu mahal lagi.”

“Berharap banget..soalnya tempatnya enak, fasilitasnya lengkap, kios juga banyak, kan bisa dipergunakan untuk pedagang yang punya usaha menarik.” (AWS)

“Iyalah..kalau sepi kan jadi gak menarik ikut latihan burungnya, cuma sedikit yang datang apalagi waktu hujan, pasti gagal latihan burungnya.”

“Iya mbak, lumayan kan sekalian makan malam di sini habis ikut latihan burung.”

“Berharap banget..nanti pasti makanan yang ada jadi lebih bervariasi.” (N)

Berdasarkan pendapat tersebut dapat diketahui masyarakat memiliki harapan yang besar atas keberadaan Taman Kuliner Condongcatur yaitu harapan agar lebih ramai, menjadi tempat berlangganan dan pusat kuliner di DIY. Meski masyarakat memiliki harapan yang besar namun Pengelola belum dapat mewujudkan harapan tersebut.

d) *Clarity* (Kejelasan)

Perumusan pesan yang disampaikan oleh pedagang maupun pengelola diusahakan dapat dipahami oleh masyarakat. Pesan yang disampaikan jelas yaitu meliputi fungsi dari Taman Kuliner, visi dan misi, terperinci mengenai fasilitas yang dapat dinikmati. Ketika mengutarakan idenya kepada masyarakat baik melalui media cetak maupun elektronik, penjelasan yang

diberikan kurang terperinci mengenai makanan yang dijual di Taman Kuliner. Penjelasan yang kurang terperinci membuat masyarakat belum dapat mendukung serta membantu mewujudkan ide dari Pengelola tersebut. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui masyarakat yang mendatangi Taman Kuliner Condongcatur menyadari makanan yang dijual yaitu makanan nusantara melalui spanduk penyewa.

“Kan di tiap-tiap kios ada spanduknya, jadi aku tau makanan yang dijual makanan nusantara..” (AF)

“Dari daftar menu yang ada di spanduk, kan aku survey dulu sebelum makan” (GA)

Tau dong, kan ada spanduknya di tiap kios, jadi tau makanan apa saja yang disajikan. (S)

“Iya, kan ada informasinya tu di spanduk.” (IY)

“Tau, kan ada tulisannya di spanduk seperti bakso, mi ayam, nasi goreng, ayam bakar dan masih banyak lagi yang asli Indonesia.” (DS)

“Tau, kan ada tulisan makanan yang dijual di spanduk.” (AWS)

“Iya tau, di spanduk ada menu nya apa saja..” (N)

e) *Continuity & Consistency* (Kontinuitas dan Konsistensi)

Media dipergunakan Pengelola untuk menyampaikan pesan kepada masyarakat supaya lebih mengenal Taman Kuliner Condongcatur. Media yang dipergunakan untuk penyampaian pesan dilakukan berulang-ulang disesuaikan dengan anggaran yang dimiliki. Pengelola tidak berhenti melakukan promosi meskipun promosi yang dilakukan masih

sederhana. Pengelola juga mencoba melakukan promosi dilain waktu dengan cara yang berbeda yaitu dengan keberagaman berbagai event yang ada sehingga Taman Kuliner Condongcatur terlihat ramai. Promosi yang dilakukan selalu dengan tema yang sama yaitu dalam rangka meramaikan Taman Kuliner Condongcatur.

Pengelola dalam meningkatkan kualitas hidup masyarakat, selalu konsisten walaupun banyak rintangannya. Kepada penyewa dan masyarakat, Pengelola berusaha menunjukkan bahwa dari awal sampai akhir pengelola tidak menyerah untuk menjalankan visi dan memenuhi misinya meskipun sampai sekarang belum berhasil. Masyarakat masih belum dapat menerima dengan baik informasi yang diberikan melalui media yang digunakan diantaranya yaitu spanduk, papan petunjuk arah dan website sehingga Taman Kuliner Condongcatur sampai saat ini masih terlihat sepi. Seperti diungkapkan oleh masyarakat:

“Ya...tau tapi gak terlalu menarik, gak ada gambar sama informasi tentang makanan yang dijual.”

“Tau mbak..ya cuman petunjuk arahnya saja, tadinya aku kira Taman Kuliner itu yang di terminal soalnya arahnya sama kaya arah ke terminal ternyata bukan.”

“Wah nggak tau tuh aku.” (AF)

“Aku gak tau.”

“Iya tau, aku pernah cari informasi tentang Taman Kuliner, tapi gak ada informasi tentang makanan yang dijual, makanya aku ingin langsung kesini.” (GA)

f) *Channels* (Saluran)

Pengelola mempergunakan berbagai media dalam pelaksanaan strategi *public relations*. Media yang digunakan oleh pengelola yaitu diantaranya:

- a) TV
- b) Spanduk
- c) Baliho
- d) Papan petunjuk arah
- e) Internet
- f) Brosur
- g) Event
- h) Papan informasi

Berdasarkan wawancara yang dilakukan, diketahui masyarakat mengenal Taman Kuliner Condongcatur media pertemuan langsung, event yang diadakan, spanduk dan papan petunjuk arah. Berikut jawaban masyarakat mengenai awal mula mengenal Taman Kuliner Condongcatur:

“Aku tau dari temenku yang sering kesini.” (AF)

“Tau karena diajakin sama temen kost.” (GA)

“Gimana gak tau mbak, orang ada tulisannya Taman Kuliner, trus rumahku juga deket sini kok..” (FNC)

“Aku sering lewat sini, lihat di gerbang tulisannya Taman Kuliner, terus ada spanduknya juga, makanya pengen tau dalemnya kaya gimana.” (S)

“Ya...lewat-lewat sini aja, lagi cari makanan untuk makan siang yang murah trus saya lihat di depan ada tulisan Taman Kuliner dan juga ada spanduknya.”(IY)

“Saya tau karena diberitahu tetangga kalau disini ada latihan burung setiap Rabu dan Sabtu, hampir tiap minggu saya kesini..”(DS)

“Saya ikut komunitas Taman Kuliner Kicau Mania.” (MAP)

“Kampusku deket sini, sering ke kost temen yang di dekat sini, trus aku lihat ada petunjuk arah ke Taman Kuliner, makanya aku pengen tau kaya apa..”(AWS)

“Saya tau dari teman saya yang ikut Komunitas burung di sini.”(N)

g) *Capability of the Audience* (Kapasitas Khalayak)

Pengelola mempertimbangkan faktor-faktor yang bermanfaat seperti kebiasaan, peningkatan kemampuan membaca dan pengembangan pengetahuan. Pengelola menggunakan media yang sekiranya dapat dijangkau oleh seluruh masyarakat yaitu melalui media elektronik berupa TV. Pengelola berupaya untuk mengadakan event yang mana dapat diikuti oleh masyarakat yaitu melalui event burung berkicau, Minggu sehat dan event-event lain seperti kegiatan kesenian yang dapat mengembangkan pengetahuan khalayaknya. Pengelola menerapkan event tersebut secara rutin yang merupakan kebiasaan yang dilakukan. Meskipun event yang diadakan mampu mendatangkan lebih banyak pengunjung dibandingkan dengan ketika tidak ada event, namun belum seluruh masyarakat mengetahui tentang event yang akan

diadakan. Berikut merupakan ketidaktahuan masyarakat mengenai event yang diadakan:

Aku kurang tau..cuman tau dari yang jualan, katanya ini ada acara latihan burung.. (AF)

Aku nggak tau. (GA)

Ehmm...event apa ya? Kayaknya belum pernah denger kalo Taman Kuliner disewa buat acara. Di tv gak ada iklan, di koran juga gak ada, di radio pun gak pernah denger ada iklan. (IY)

Saya hanya tau ada event latihan burung itu saja, kalau event lainnya saya kurang tau.(DS)

Wah aku gak tau mbak, walaupun sering lewat sini tapi aku gak tau event-event yang akan diadakan. Ya tau-tau ada event gitu.(AWS)

Saya cuman tau event latihan burung ini aja...(N)

3) Evaluasi Strategi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur

Evaluasi yang telah dicapai dilakukan secara sadar dan sengaja oleh Pengelola Taman Kuliner Condongcatur. Dikaitkan dengan penyusunan yang telah dibuat, evaluasi dilakukan untuk mengukur tingkat keberhasilan yang dicapai. Strategi yang dilakukan dievaluasi setelah strategi tersebut dilaksanakan untuk menilai kembali apakah hasil yang didapatkan telah sesuai dengan apa yang direncanakan dan sesuai dengan tujuan kegiatan. Selain untuk menilai kembali hasil yang didapat, evaluasi juga dilakukan untuk mendapatkan langkah tindak lanjut ke depan yang lebih baik dari sebelumnya. Hasil dari evaluasi harus dipergunakan untuk

meningkatkan kinerja strategi yang ada atau menciptakan ide yang lebih kreatif dan inovatif.

Menurut Bapak RS sejauh ini evaluasi strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur dilakukan hanya sebatas menilai apakah kegiatan yang telah dilakukan sudah berhasil. Berdasarkan evaluasi strategi yang dilakukan signifikan dengan hasilnya, artinya setelah diadakan promosi ada sebagian masyarakat yang datang untuk menanyakan. Menurut Bapak RS sejauh ini masyarakat yang pernah kesini tidak merasa ada yang kurang. Akan tetapi Pengelola menyadari Taman Kuliner Condongcatur bukan untuk kelas menengah ke atas, melainkan ke bawah.

b. Kedisiplinan Pengelola, Pegawai Harian Lepas dan Penyewa

Strategi *public relations* yang dilakukan belum didukung oleh disiplin yang tinggi dari Pengelola, pegawai harian lepas dan penyewa sehingga belum terwujud efisiensi kerja yang tinggi. Dari hasil observasi yang dilakukan, pengelola seringkali datang melebihi jam masuk kerja pada umumnya. Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kedisiplinan Pengelola untuk masuk kerja masih kurang. Padahal kedisiplinan Pengelola sangat membantu upaya membelajarkan pegawai harian lepas dan pedagang ke arah yang lebih baik.

Kedisiplinan pegawai harian lepas masih kurang, terbukti dari kondisi lingkungan yang baru terlihat bersih pada pukul 10.00, sedangkan

masyarakat yang berada di Taman Kuliner Condongcatur sudah mulai datang sekitar pukul 08.00. Kedisiplinan pegawai harian lepas penting mengingat strategi *public relations* yang dilakukan memerlukan peran serta kondisi lingkungan yang berpengaruh terhadap kesan publik.

Tidak hanya pegawai harian lepas yang kurang disiplin, namun penyewa sangat kurang disiplin dalam membuka usahanya, mereka seringkali membuka usahanya ketika mengetahui bahwa akan ada event yang diadakan di Taman Kuliner Condongcatur. Kedisiplinan penyewa dipengaruhi oleh pola kebiasaan dan perilaku dari penyewa itu sendiri, dapat dibuktikan dari penyewa K13, K14, K72, K73, K25-K26, K31, K32, R10, R13-R14, R18-R19 dan R39 yang hampir setiap hari membuka dagangannya. Berdasarkan observasi yang dilakukan, penyewa R39 selalu membuka usahanya sekitar pukul 08.00 sampai dengan pukul 16.00 setiap hari Senin, Rabu, Kamis, Jumat, Sabtu dan Minggu. Khusus untuk hari Rabu, Sabtu dan ketika ada event, penyewa R39 membuka usahanya dari pukul 08.00-18.00. Selain pedagang R39, kios/ resto yang sering membuka usahanya sekitar pukul 08.00 yaitu K13-K14, K72-K73, R13-R14 dan R18-R19.

Mengamati kedisiplinan Pengelola, pegawai harian lepas dan penyewa, membuktikan bahwa mereka belum menyadari tugas, wewenang dan fungsinya serta belum memiliki kerjasama yang baik, sehingga setiap kesulitan terkait dengan strategi *public relations* sulit untuk dipecahkan/ diselesaikan dengan baik.

B. Pembahasan

Dari data yang telah diuraikan sebelumnya, dapat diketahui strategi *public relations* Taman Kuliner Condongcatur. Penentuan strategi *public relations* yang tepat untuk diterapkan Taman Kuliner Condongcatur terlebih dahulu dengan melakukan analisa SWOT (*Strenght, Weakness, Opportunities Threatment*). Strategi yang dilakukan Taman Kuliner Condongcatur melandaskan analisis SWOT sebagai landasan manajemen strategi *public relations*. Analisis SWOT diperoleh berdasarkan proses koordinasi, pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing pengelola, penyewa dan pegawai harian lepas kemudian diintegrasikan berdasarkan tujuan fungsi, tugas dan sasaran Taman Kuliner Condongcatur melalui pertemuan-pertemuan baik formal dan informal.

Menurut Rosady Ruslan, landasan perencanaan dan program kerja manajemen merupakan strategi *public relations* sehingga dapat dikatakan Taman Kuliner Condongcatur telah memenuhi salah satu faktor dalam landasan perencanaan proker manajemen strategi *public relations*. Adapun analisis SWOT yang telah dapat memprediksi sejauh mana sumber daya kekuatan atau kemampuan dan posisi kelemahan yang dilihat dari segi internalnya. Kemudian sejauh mana pengevaluasian mengenai kesempatan atau peluang yang ada bahkan berupa ancaman yang datang dari eksternalnya.

Selain berdasarkan analisis SWOT, Taman Kuliner Condongcatur juga mempertimbangkan unsur-unsur tertentu yang berkaitan dengan lingkungan, kondisi, visi atau arah tujuan yang merupakan komponen pembentuk strategi.

Setelah dilakukan analisis SWOT selanjutnya dilakukan penyusunan yang merupakan rencana dari strategi *public relations* yang akan dilaksanakan. Seperti yang telah dikemukakan oleh Rosady Ruslan arti strategi adalah bagian terpadu dari suatu rencana (*plan*) sedangkan rencana merupakan produk perencanaan (*planning*) yang pada akhirnya perencanaan adalah salah satu fungsi dasar dari proses manajemen.” (2012: 133)

Penyusunan strategi *public relations* yang dilakukan sudah mengikuti tahapan-tahapan sebagaimana dikemukakan oleh Rosady Ruslan meliputi:

1. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul
2. Identifikasi unit sasaran (khalayak)
3. Mengevaluasi mengenai sikap publik sebagai sasaran
4. Pemilihan opsi atau strategi *public relations*
5. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintahan.

Taman Kuliner Condongcatur melakukan penyusunan sebelum strategi tersebut dilaksanakan dan evaluasi setelah strategi *public relations* dilaksanakan. Penyusunan dan evaluasi yang dilakukan diharapkan dapat memberikan gambaran strategi yang tepat untuk diterapkan pada pelaksanaan strategi *public relations*. Pedoman dan standar kerja seluruh elemen penting yang terkait di Taman Kuliner Condongcatur semestinya dapat diperoleh dari penyusunan yang terencana. Selain itu dengan penyusunan pula dapat diprediksi adanya peluang yang mungkin dapat dimanfaatkan dalam mencapai

tujuan. Namun berdasarkan penelitian yang dilakukan, Taman Kuliner Condongcatur kurang dapat memanfaatkan peluang yang ada seperti:

1. Perubahan gaya hidup bahwa makan tidak hanya untuk mengenyangkan perut, tetapi lebih untuk mendapatkan pengalaman.
2. Banyak tayangan media massa yang mengekspos masalah kuliner, sehingga berpengaruh positif terhadap pandangan masyarakat mengenai kuliner.
3. Yogyakarta memiliki banyak jenis makanan dan minuman yang bisa diangkat sebagai makanan khas.

Dari hasil penelitian diketahui Strategi *Public Relations* di Taman Kuliner Condongcatur yaitu:

1. Menggencarkan promosi

Dalam upaya memperkenalkan diri dan penyebaran pesan (*strategy of publicity*) kepada masyarakat, Taman Kuliner Condongcatur berusaha untuk menggencarkan promosi yang dilakukan melalui berbagai media diantaranya:

- a. *Printed material*

Barang cetakan untuk tujuan sosialisasi dan promosi berbentuk brosur, spanduk, papan petunjuk arah dan papan informasi. Printed material ditujukan bagi pihak-pihak terkait baik pihak internal maupun pihak eksternal.

- b. *Media pertemuan*

Media pertemuan yang dilaksanakan secara langsung dengan publik melalui tatap muka yaitu melalui event, pameran dan pertunjukan kesenian.

c. *Broadcasting media*

Penyebaran pesan dilakukan melalui siaran di televisi swasta yaitu melalui Jogja TV.

Penggencaran promosi dilakukan melalui berbagai media meskipun masih sederhana dan belum mencakup publik seluas-luasnya mengingat media seperti baliho, spanduk dan papan petunjuk arah berada di sekitar Taman Kuliner Condongcatur. Media yang digunakan didasarkan atas kondisi dan situasi untuk merancang pesan dalam bentuk informasi atau berita adalah *strategy of argumentations*. Strategi ini biasanya dipakai untuk mengantisipasi berita negatif yang kurang menguntungkan. Dalam hal ini kemampuan seorang *public relations* sebagai komunikator yang handal diperlukan untuk mengemukakan suatu fakta yang jelas dan rasional dalam mengubah opini publik melalui informasi yang dipublikasikan. Fakta yang jelas dan rasional disampaikan langsung oleh Bapak RS. Informasi yang disajikan kepada masyarakat meliputi berbagai event yang dapat diadakan di Taman Kuliner Condongcatur dengan berbagai fasilitas yang dimiliki. Namun jika dilihat dari nama “Taman Kuliner” semestinya informasi yang disampaikan kepada masyarakat tidak hanya event dan fasilitas yang dimiliki namun juga mencakup makanan maupun minuman yang disajikan kepada masyarakat mengingat misi yang disampaikan yaitu taman rekreasi, taman jajan dan taman apresiasi.

2. Memperkenalkan keunggulan Taman Kuliner Condongcatur

Taman Kuliner Condongcatur memperkenalkan keunggulan yang dimiliki didasarkan pada unit sasaran yaitu yang dapat digunakan untuk masyarakat luas mulai dari anak usia dini, pelajar dan mahasiswa, keluarga, penyewa kios, komunitas, media massa. Dengan memperkenalkan keunggulan yang dimiliki diharapkan mampu mempengaruhi masyarakat agar tertarik (*strategy of persuasion*) untuk mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur.

Adapun keunggulan yang dimaksud yaitu:

- a) Kelengkapan fasilitas meliputi: kamar mandi, musholla, tempat parkir luas, hotspot, kios resto dan non resto, panggung, tenda, area bermain anak dan area terbuka.
- b) Dapat dipergunakan untuk melaksanakan berbagai event diantaranya band, kesenian, ulang tahun, party, pernikahan dan lain sebagainya.
- c) Tidak hanya untuk tempat makan namun Taman Kuliner Condongcatur menyediakan barang dan jasa yang ditawarkan.

Tentunya penyampaian keunggulan-keunggulan tersebut kepada unit sasaran, pengelola bekerjasama dengan pihak terkait dalam hal ini media-media seperti televisi, brosur, event untuk dapat menunjukkan kepada publik tentang keunggulan dari Taman Kuliner Condongcatur dibanding tempat kuliner yang lain Selain itu Taman Kuliner Condongcatur juga menggunakan *strategy of image* yaitu strategi

pembentuk berita yang positif dalam publikasi untuk menjaga brand image suatu lembaga atau organisasi termasuk produknya.

3. Menjalin kerjasama dengan pihak-pihak terkait

Strategi yang dilaksanakan yaitu melalui kerjasama dengan pihak terkait. Kerjasama yang dilakukan dalam hal promo dan sosialisasi antara lain dengan;

- a) Dinas Pasar.
- b) Media massa cetak: koran (harian jogja, tribun)
- c) Media massa elektronik: televisi (JOGJA TV, TVRI)
- d) Penyewa dan pegawai harian lepas.
- e) Komunitas Taman Kuliner Kicau Mania.
- f) Event organizer.
- g) Kerjasama dengan penyelenggara event.
- h) Persewaan (tenda dan kursi).

Sehubungan kerjasama yang terjalin antara Taman Kuliner Condongcatur dengan berbagai pihak tersebut, sudah seharusnya Taman Kuliner Condongcatur menjalankan hubungan baik agar kerjasama tersebut dapat meraih misi dan mendapat kepercayaan publik.

4. Meningkatkan pelayanan kepada masyarakat

Pelaksanaan strategi dengan meningkatkan pelayanan kepada masyarakat dilakukan Taman Kuliner Condongcatur agar mampu memberikan berita positif untuk menjaga citra yang merupakan *strategi of*

image. Adapun usaha untuk meningkatkan pelayanan kepada masyarakat yang dilakukan sebagai berikut:

- 1) Menjaga untuk Taman Kuliner Condongcatur tampil selalu bersih dan selalu aman.
 - 2) Memperbaiki dan memelihara fasilitas agar tampak lebih baik dan tidak menimbulkan berita negatif.
 - 3) Memberikan kesan positif melalui pelayanan yang diberikan, agar masyarakat memiliki kesan baik. Pelayanan kepada pihak yang akan menyelenggarakan event maupun penyewa dengan seminimal mungkin datang ke Taman Kuliner Condongcatur untuk mengurus persyaratan yang harus dipenuhi. Artinya 2 kali harus selesai, hari pertama dilayani, hari kedua sudah selesai mengurus persyaratan.
5. Memperbaiki citra (*image*) Taman Kuliner Condongcatur

Guna menjaga *image* Taman Kuliner Condongcatur maka pihak Pengelola berusaha melakukan pendekatan kerjasama kepada penyewa agar membuka kiosnya. Dengan mengetahui kondisi di Taman Kuliner Condongcatur, maka akan menimbulkan opini tersendiri bagi publik, sehingga tercipta *image* yang positif tentang Taman Kuliner Condongcatur. Pelaksanaan kegiatan tersebut dilakukan untuk menambah anggapan atau kesan yang tadinya negatif menjadi positif setelah melakukan pendekatan dan penjelasan langsung kepada publik tentang kondisi Taman Kuliner Condongcatur.

Strategi yang dilakukan diharapkan Taman Kuliner Condongcatur dapat menjadi “mata” dan “telinga”, serta “tangan Kanan” bagi organisasi/ lembaga yang ada. Pegawai harian lepas dan penyewa berperan penting dalam pelaksanaan strategi *public relations* ini, karena strategi *public relations* yang dilakukan membutuhkan kerjasama yang baik antara Pengelola, pegawai harian lepas dan penyewa. Dengan demikian hubungan antara *public internal* dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui Pengelola berusaha membangun suasana saling percaya dengan masyarakat (*credibility*) melalui pemberian informasi sekonkrit mungkin (sesuai kenyataan yang ada) seperti: event yang akan dan dapat diadakan, fasilitas yang dimiliki dan dapat digunakan sebagai tempat makan. Namun Pengelola kurang mencermati hal mendetail mengenai produk yang dijual seperti makanan, barang, dan jasa yang ada. Produk yang dijual di Taman Kuliner Condongcatur hanya dapat diketahui oleh masyarakat yang mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur, sedangkan pengunjung yang datang hanya sedikit, saat ramai yaitu hanya ketika ada event.

Informasi yang disampaikan disesuaikan dengan lingkungan masyarakat (*contex*), Pengelola dan penyewa menyesuaikan harga makanan dengan unit sasaran yang diutamakan yaitu anak muda dan remaja. Harga makanan yang dijual tidak terlalu mahal dan dapat dijangkau. Pesan disampaikan kepada masyarakat melalui pemahaman yang dilakukan

Pengelola dan penyewa dalam meramaikan Taman Kuliner Condongcatur melalui berbagai media.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui masyarakat memiliki harapan yang besar atas keberadaan Taman Kuliner Condongcatur yaitu harapan agar lebih ramai, menjadi tempat berlangganan dan pusat kuliner di DIY. Pengelola maupun penyewa telah berusaha untuk memenuhi harapan masyarakat agar Taman Kuliner Condongcatur lebih ramai, menjadi tempat berlangganan dan pusat kuliner di DIY dengan mengadakan berbagai event maupun menjaga kualitas makanan. Pemenuhan harapan masyarakat dimaksudkan agar informasi yang disampaikan dapat diterima sebagai sesuatu yang bermanfaat (*content*).

Penyampaian pesan yang dilakukan Pengelola kepada masyarakat melalui media yang digunakan kurang menjelaskan (*clarity*) mengenai makanan yang dijual. Media yang dipergunakan untuk penyampaian pesan dilakukan berulang-ulang disesuaikan dengan anggaran yang dimiliki. Pengelola selalu menekankan sejak awal bahwa misi dari Taman Kuliner Condongcatur yaitu menjadi taman rekreasi, taman jajan dan taman apresiasi. Mencermati misi tersebut, promosi yang dilakukan melalui fasilitas yang dimiliki agar masyarakat memiliki pandangan mengenai aktivitas yang dapat dilakukan. Dan melakukan promosi melalui berbagai event yang dapat dilakukan agar dapat menyampaikan apresiasi masyarakat. Berdasarkan penelitian yang dilakukan diketahui pesan disampaikan secara berulang-ulang

dengan tema yang konsisten (*continuity & consistency*) melalui media spanduk mengenai event yang akan diadakan.

Hasil penelitian menunjukkan masyarakat mengetahui Taman Kuliner Condongcatur melalui media pertemuan langsung melalui event yang diadakan, spanduk dan papan petunjuk arah. Dengan begitu dapat diartikan media yang tepat dan terpercaya (*channels*) sebagai penyebaran informasi secara efektif yaitu melalui media pertemuan langsung, event yang diadakan, spanduk dan papan petunjuk arah. Penyebaran informasi dilakukan dengan mengandalkan kebiasaan yang dapat dilakukan melalui event agar dapat mengembangkan pengetahuan masyarakat (*capability of audience*) mengenai Taman Kuliner Condongcatur.

Pelaksanaan strategi *public relations* yang dilakukan Pengelola cenderung kurang responsif terhadap reaksi masyarakat yang merasa dikecewakan dan menulis melalui media. Seringkali keluhan disampaikan baik melalui koran/ internet mengenai pemberitaan yang kurang baik terkait Taman Kuliner Condongcatur diantaranya penyusunan dan pengelolaan/ manajemen yang tidak baik, Taman Kuliner Condongcatur yang sepi, Taman Kuliner Condongcatur yang sudah di ujung tanduk dan sebagainya. Semestinya pengelola sebagai pelaksana strategi *public relations* responsif pada permasalahan semacam ini. Sedangkan informasi yang diperoleh melalui dokumentasi, ternyata pihak pengelola tidak menyebarkan secara luas mengenai event yang akan diadakan di Taman Kuliner Condongcatur. Event

yang diadakan dipublikasikan oleh penyelenggara event maupun pihak lain yang ikut terlibat dalam event yang akan dilaksanakan.

Seluruh kegiatan yang telah dilakukan harus selalu disertai dengan evaluasi, baik itu di akhir pelaksanaan ataupun pada saat jalannya pelaksanaan. Melalui evaluasi dapat diketahui efektivitas program atau aktivitas dalam mencapai tujuan dari kegiatan yang dilaksanakan. Seperti yang dikemukakan oleh Rusady Ruslan evaluasi yang dilakukan meliputi perencanaan, pengorganisasian, kordinasi, pelaksanaan, pengkomunikasian dan pencapaian tujuan yang diharapkan di masa mendatang khususnya, dan mencapai tujuan bersama yang terintegrasi dengan tujuan organisasi/ lembaga pada umumnya. (2005: 122-123)

Evaluasi yang kerap dilaksanakan pada saat masih berlangsungnya kegiatan akan membawa manfaat dalam memonitor kegiatan. Apakah pelaksanaan dari aktivitas tersebut sudah sesuai dengan perencanaan awal yang telah dibuat ataukah menyimpang dari rencana yang telah dibuat. Apabila seandainya menyimpang maka akan segera diperbaiki sehingga tetap berada pada jalur yang telah dibuat pada perencanaan awal dan kemudian pada akhir evaluasi barulah ditentukan kegiatan yang dilakukan dalam strategi *public relations* berhasil atau tidak. Sedangkan apabila evaluasi yang dilakukan pada akhir hanya sebatas menilai apakah kegiatan yang telah dilakukan berhasil atau tidak.

Hasil evaluasi dimaksudkan menjadi umpan balik untuk perencanaan yang akan dilakukan di depan. Evaluasi dalam pelaksanaan strategi *public*

relations ini memiliki tiga fungsi utama, yaitu: dengan adanya evaluasi dapat memberi informasi yang salah dan dapat dipercaya mengenai kinerja kebijakan, yaitu seberapa jauh kebutuhan, nilai dan kesempatan yang telah dapat dicapai. Dalam hal ini evaluasi mengungkapkan seberapa jauh tujuan-tujuan tertentu dan target tertentu telah dicapai. Selain itu, evaluasi juga memberi sumbangan pada klarifikasi dan kritik terhadap nilai-nilai yang mendasari pemilihan tujuan dan target. Fungsi yang ketiga adalah dengan adanya evaluasi maka dapat memberi sumbangan pada aplikasi metode-metode analisis kebijakan lainnya, termasuk perumusan masalah dan rekomendasi. Informasi tentang tidak memadai kinerja kebijakan yang dapat memberi sumbangan pada perumusan ulang masalah kebijakan.

Berdasarkan fungsi-fungsi evaluasi dari pelaksanaan strategi *public relations* yang telah dikemukakan di atas, maka dapatlah disimpulkan tentang nilai evaluasi merupakan suatu proses yang dilakukan untuk melihat sejauh mana keberhasilan sebuah program. Keberhasilan program itu sendiri dapat dilihat dari dampak atau hasil yang dicapai oleh program tersebut. Evaluasi pun berfungsi untuk mengetahui apa saja hambatan yang menghambat dan mendukung pelaksanaan strategi *public relations*.

Seperti halnya pada penyusunan dan pelaksanaan, proses evaluasi harus dilakukan oleh semua unsur di dalam Taman Kuliner Condongcatur tersebut. Bukan hanya menjadi tanggung jawab Kepala UPT, pegawai harian lepas ataupun penyewa namun masyarakat juga harus memiliki keterlibatan dalam melakukan evaluasi terhadap event yang telah dilaksanakan.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian dan pembahasan mengenai strategi *public relations* di Taman Kuliner Condongcatur, dapat ditarik kesimpulan yang menyebabkan strategi *public relations* belum optimal yaitu:

1. Pelaksanaan strategi *public relations* yang tanpa rencana cadangan dan melakukan evaluasi hanya sekedar menilai berhasil atau tidak. Kurangnya modifikasi yang dilakukan oleh Pengelola Taman Kuliner Condongcatur dalam rangka melakukan *public relations*, bukanlah karena mereka tidak bisa melakukannya, tetapi lebih kepada cara berpikir yang masih terlalu sederhana.
2. Media *public relations* yang digunakan seperti baliho, spanduk dan papan petunjuk belum dapat menjangkau publik seluas-luasnya mengingat media berada di sekitar lokasi Taman Kuliner Condongcatur. Penggunaan media promosi yang kurang maksimal lebih disebabkan karena keterbatasan anggaran yang dimiliki. Anggaran yang digunakan untuk melaksanakan strategi *public relations* ini merupakan anggaran dari APBD sehingga jumlah yang ada sangat terbatas.
3. Belum adanya bagian *public relations* secara tersendiri di Taman Kuliner Condongcatur menyebabkan tidak adanya seorang ahli *public relations* yang berpengalaman dan memiliki kemampuan tinggi untuk menyarankan

dan memberikan usulan yang mampu dipercayai oleh pengelola sehingga kegiatan *public relations* dengan unit sasaran belum dapat terakomodasi dengan maksimal. Ketidakberadaan bagian *public relations* disebabkan tidak adanya struktur organisasi Taman Kuliner Condongcatur dari pemerintah Kabupaten Sleman maupun Dinas Pasar sehingga struktur yang ada merupakan struktur tugas yang dibuat oleh Kepala UPT supaya mempermudah pembagian tugas.

4. Sarana dan prasarana yang ada sudah memadai, namun tidak dapat dipergunakan dengan baik oleh penyewa maupun masyarakat ketika hujan atau kondisi cuaca yang tidak memungkinkan.
5. Informasi yang disampaikan kepada masyarakat luas melalui media kurang menampilkan nama “Taman Kuliner”, sejauh ini informasi melalui berbagai media kurang terperinci mengenai jenis makanan yang dapat ditemui di Taman Kuliner Condongcatur.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan dan pembahasan yang dilakukan dengan melihat kenyataan di lapangan maka ada beberapa saran yang perlu diperhatikan:

1. Bagi Pengelola
 - a. Memaksimalkan media *public relations* dengan menggunakan media yang dapat dijangkau oleh masyarakat luas seperti pembuatan iklan yang dapat ditayangkan di televisi ataupun media massa lain, penggunaan baliho dalam ukuran besar dan dipasang pada tempat-

tempat rekreasi dimana mayoritas tempat rekreasi yang ada dikunjungi oleh masyarakat yang benar-benar sedang mencari hal-hal baru dan pengelolaan website. Media yang digunakan harus memberikan informasi mengenai makanan dan minuman yang dijual.

- b. Mengembangkan paket wisata yang menyertakan kegiatan makan di Taman Kuliner Condongcatur sebagai salah satu kegiatannya.
 - c. Mengadakan pameran produk yang ada di Taman Kuliner Condongcatur. Mengadakan seminar untuk penyewa terkait pengembangan variasi dan desain produk terkait dengan kualitas produk.
 - d. Melakukan pendekatan kepada warga sekitar dengan memberdayakan masyarakat dalam event yang diadakan.
 - e. Memberi sanksi tegas kepada para penyewa di Taman Kuliner Condong Catur yang tidak mau membuka usahanya.
2. Bagi Penyewa
 - a. Penyewa turut mendukung kegiatan *public relations* yang dilakukan pengelola misalnya dengan cara lebih memperluas penyebaran pesan dan meningkatkan kualitas makanan.
 - b. Membuka kios/ resto secara rutin.
 3. Bagi Pemerintah Kabupaten Sleman
 - a. Melakukan evaluasi atas kinerja pengelola Taman Kuliner Condongcatur.

- b. Perlu dibentuk struktur organisasi Taman Kuliner Condongcatur dan pengadaan bagian *public relations* dalam struktur organisasi agar kegiatan yang berkaitan dengan *public relations* dapat dikelola secara lebih fokus.

DAFTAR PUSTAKA

- Daniel Yadin. (2002). *Public Relations*. Jakarta: Erlangga.
- Fandy Tjiptono dan Anastasia Diana. (2000). *Prinsip dan Dinamika Pemasaran*. Yogyakarta: J&J Learning.
- Henry Mintzberg, dkk. (2006). *Implementasi Manajemen Stratejik: Kebijakan dan Proses*. Yogyakarta: Amara Books.
- Kustadi Suhandang. (2004). *Public Relations Perusahaan: Kajian Program Implementasi*. Bandung: Yayasan Nuansa Cendekia.
- Lena Satlita. (2002). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Yogyakarta: FISE UNY.
- Oka A. Yoeti. (1999). *Strategi Pemasaran Hotel*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Rachmadi, F. (1996). *Public Relations dalam Teori dan Praktek*. Jakarta: Gramedia.
- Sugiyono. (2010). *Metode Penelitian Bisnis*. Bandung: Alfabeta.
- Rosady Ruslan. (2002). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. (2005). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relations*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- _____. (2012). *Manajemen Public Relations dan Media Komunikasi: Konsepsi dan Aplikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.

L

A

M

P

I

R

A

N

PEDOMAN WAWANCARA

A. Pertanyaan untuk Pengelola Taman Kuliner Condongcatur

No	Strategi <i>public relations</i>	Aspek yang ditanyakan	Pertanyaan
1	Penyusunan strategi <i>public relations</i>	a. Mengidentifikasi permasalahan yang muncul.	<ul style="list-style-type: none"> – Apakah ada pertemuan (rapat) dalam rangka menyusun: penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)? – Berapa kali rapat diadakan dalam satu bulan? – Apa saja yang dibahas dalam pertemuan tersebut? – Apakah penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita

			<p>negatif dan membentuk berita positif (citra) selalu dilakukan dengan cara yang sama?</p> <p>– Apa yang paling Bapak/ Ibu utamakan:</p> <p>Opsi:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. penyebaran pesan (publikasi) 2. mempengaruhi masyarakat (agar tertarik untuk mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur) 3. mengantisipasi berita negatif 4. membentuk berita positif (citra) <p><i>public relations?</i> mengapa?</p>
		b. Identifikasi unit-unit sasarannya (khalayak).	<p>– Siapa (keluarga/ pelajar/ mahasiswa/ wisatawan individu/ wisatawan dalam kota/ luar kota) yang diharapkan mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur?</p>

			<ul style="list-style-type: none"> – Fasilitas apa yang diberikan khusus untuk keluarga/ pelajar/ mahasiswa/ wisatawan individu/ wisatawan dalam kota/ luar kota?
		c. Mengevaluasi mengenai sikap publik sebagai sasarannya.	<ul style="list-style-type: none"> – Apa yang Bapak/ Ibu lakukan apabila ada konsumen yang mengeluh/ komplain terhadap pelayanan resto Taman Kuliner Condongcatur yang tidak ramah?
		d. Pemilihan opsi atau strategi <i>public relations</i> .	<ul style="list-style-type: none"> – Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk menyebarkan pesan (publikasi)? – Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik untuk mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur? – Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk mengantisipasi berita negatif? – Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk

			membentuk berita positif (citra)? – Siapa pihak yang dipilih dan diajak untuk bekerjasama dalam memperkenalkan Taman Kuliner Condongcatur kepada masyarakat?
		e. Mengidentifikasi dan evaluasi terhadap perubahan kebijaksanaan atau peraturan pemerintahan.	– Siapa yang berwenang dalam pembagian tugas di Taman Kuliner Condongcatur?
2	Pelaksanaan strategi <i>public relations</i>	Proses mengubah sikap, opini dan mengubah perilaku	– Adakah rencana cadangan apabila rencana utama mengalami kegagalan?

3	Evaluasi strategi <i>public relations</i>	Pemeriksaan terhadap pelaksanaan strategi <i>public relations</i>	<ul style="list-style-type: none"> – Apakah diadakan rapat setelah dilaksanakan penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)? – Apa yang menjadi hambatan Taman Kuliner Condongcatur dalam penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)? – Apa saja yang menjadi faktor pendukung dalam penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?
---	---	---	---

			<ul style="list-style-type: none"> – Bagaimana proses untuk memastikan bahwa tidak terjadi kesalahpahaman dalam penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat/ calon konsumen, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?
--	--	--	---

B. Pertanyaan untuk penyewa Taman Kuliner Condongcatur

1. Apakah ada pertemuan (rapat) antara penyewa dengan pengelola untuk membahas penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?
.....
2. Berapa kali rapat diadakan dalam satu bulan?.....
.....
3. Apa saja yang dibahas dalam pertemuan tersebut?.....
.....
4. Apa Bapak/ Ibu turut mendukung proses penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)? Mengapa?
.....
5. Usaha apa yang Bapak/ Ibu lakukan untuk:
 - a. menyebarkan pesan (publikasi)
.....
 - b. mempengaruhi masyarakat
.....
 - c. mengantisipasi berita negatif.....
.....
 - d. membentuk berita positif (citra)
.....

C. Pertanyaan untuk masyarakat

No	Aspek yang ditanyakan	Pertanyaan
1	<i>Credibility</i> (Kepercayaan yang diinginkan oleh komunikator untuk melayani publik agar memiliki keyakinan dan respek)	<ul style="list-style-type: none"> – Apa Saudara/ i senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur? – Mengapa Saudara/ i senang/ tidak senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?
2	<i>Contex</i> (Berkaitan dengan lingkungan sosial, pesan disampaikan secara jelas dan partisipatif)	<ul style="list-style-type: none"> – Apakah pedagang melayani anda dengan ramah? – Apakah harga makanan yang ditawarkan terlalu mahal?
3	<i>Content</i> (Pesan yang disampaikan terkait kepentingan public yang bermanfaat sehingga informasi dapat diterima masyarakat secara umum)	<ul style="list-style-type: none"> – Apa Saudara/ i berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung? – Apa Saudara/ i berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan? – Apa Saudara/ i berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?
4	<i>Clarity</i> (Pesan yang disampaikan jelas, mudah)	<ul style="list-style-type: none"> – Apa Saudara/ i mengetahui Taman Kuliner

	dimengerti, dan memiliki pemahaman yang sama antar komunikator dan komunikan)	Condongcatur menyajikan makanan nusantara?
5	<i>Community & Consistency</i> (Komunikasi dilakukan berulang-ulang dengan berbagai variasi pesan. Pesan harus dikonsistensikan agar mempermudah proses belajar, membujuk, dan sebagainya)	<ul style="list-style-type: none"> – Apa Saudara/ i mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk? – Apa Saudara/ i mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur? – Apa Saudara/ i mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?
6	<i>Channels</i> (Mempergunakan saluran media informasi yang tepat dan dipercaya serta dipilih oleh publik)	– Bagaimana Saudara/ i mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?
7	<i>Capability of the audience</i> (Memperhitungkan kemampuan yang dimiliki oleh khalayak. Komunikasi dilakukan secara efektif dengan mengembangkan faktor bermanfaat, kebiasaan, kemampuan membaca dan mengembangkan pengetahuan bagi khalaknya)	– Apa Saudara/ i mengetahui Taman Kuliner Condongcatur sering mengadakan berbagai event?

PEDOMAN DOKUMENTASI

1. Sejarah Taman Kuliner Condongcatur
2. Visi dan misi dari Taman Kuliner Condongcatur
3. Tujuan didirikannya Taman Kuliner Condongcatur
4. Surat keputusan di Taman Kuliner Condongcatur
5. Struktur organisasi Taman Kuliner Condongcatur
6. Tugas dari masing-masing bagian
7. Situasi lingkungan Taman Kuliner Condongcatur

PEDOMAN OBSERVASI

1. Jam masuk kerja dan pulang kerja Pengelola
2. Kondisi sarana dan prasarana di Taman Kuliner Condongcatur meliputi:
 - a. kamar mandi
 - b. tempat ibadah
 - c. tempat parkir
 - d. gedung
 - e. hotspot
 - f. resto
 - g. kios
 - h. panggung
3. Situasi pengunjung yang datang setiap hari di Taman Kuliner Condongcatur
4. Situasi lingkungan sekitar Taman Kuliner Condongcatur
5. Komunikasi antara pengelola dengan masyarakat, komunikasi pengelola dengan penyewa dan komunikasi antara penyewa dengan masyarakat

Form Observasi Jam Kerja

[illegible]

Form Observasi Sarana dan Prasarana

No	Sarana Prasarana	Jumlah	Ukuran	Kebersihan Kerapian Kenyamanan	Pencahayaan Sirkulasi udara	Keterangan
1						
2						
3						
4						
5						
6						
7						
8						
9						
10						

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN KEPALA UPT TAMAN KULINER CONDONGCATUR

Tempat Wawancara : Kantor Taman Kuliner Condongcatur

Informan : Bapak RS

Tanggal : 26 Maret 2013

Peneliti : Apakah ada pertemuan (rapat) dalam rangka menyusun: penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?

Bapak RS : Kalau dalam rangka menyusun penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra) kemudian harus rapat tentu tidak. Karena ruangnya hanya kecil terus orangnya juga lumayan banyak. Kita tanpa pertemuan formal itu sudah kita lakukan. Artinya omong-omong dalam rangka mencari masukan saran dan bahan untuk apa yang akan kita lakukan. Penyebaran pesan sudah berusaha, kemudian untuk mengantisipasi berita negatif ini kami ada maupun tidak ada berita negatif itu kami pun sudah mengantisipasi. Apapun kekurangan yang ada sudah kami antisipasi dengan tindakan penyempurnaan perbaikan apapun itu. Dalam kelompok petugas keamanan dan kebersihan kami tunjuk satu koordinator supaya informasi tidak bias. Kaitannya dengan pedagang sudah kita lakukan dengan pembinaan mutu produk itu harian tidak dengan rapat. Jika ada kebijakan baru kami beritahukan pada pedagang melalui pertemuan formal maupun informal. Kami mengumpulkan saat ada kebijakan baru contohnya perubahan tarif mulai tahun 2012 dari Rp.60.000 menjadi Rp.75.000, kemudian dari Rp.85.000 menjadi Rp.100.000 supaya

tidak ada kesan sepihak. Kami selalu melakukan pertemuan informal hampir tiap hari.

Peneliti : Berapa kali rapat diadakan dalam satu bulan?

Bapak RS : Kalau formal diagendakan tiga bulan sekali. Minggu kemarin mengumpulkan kebersihan evaluasi terhadap kinerja apa yang harus diperbaiki untuk meningkatkan pelayanan mutu masyarakat. Biasanya kumpul di kantor ini kalau sama penyewa biasanya di panggung.

Peneliti : Apa saja yang dibahas dalam pertemuan tersebut?

Bapak RS : Semua aspek, semua masukan yang perlu kita perbaiki, pelayanan pedagang, kebersihan, kecepatan tindakan ketika ada komplain terkait pelayanan maupun fasilitas yang kami miliki. Biasanya air mati dan listrik, tetapi paling sering air. Sudah ada mekanisme dilewatkan pada keamanan yang bertugas, kemudian mengkondisikan kepada kami. Setiap pagi petugas kebersihan mengecek kondisi baik itu air maupun listrik.

Peneliti : Apakah dapat diartikan bahwa melalui pertemuan-pertemuan yang dilakukan secara formal dan informal selalu dilakukan analisis mengenai kelebihan yang dimiliki agar dapat dimanfaatkan sebagai peluang dan kelemahan yang dimiliki agar dapat digunakan untuk mengantisipasi ancaman yang datang?

Bapak RS : Betul sekali, kami berusaha memaksimalkan kelebihan yang kami miliki meliputi sarana, prasarana dan fasilitas penunjang yang ada disini untuk dimanfaatkan ketika ada peluang. Selain itu Taman Kuliner Condongcatur berada dekat jalan raya, instansi pendidikan dan harga yang kami tawarkan tidak mahal atau bahasa jawa nya “nuthuk”. Kemudian kami berusaha memperbaiki segala kelemahan disini seperti sarana, prasarana dan fasilitas untuk menghindari komplain dari masyarakat.

Peneliti : Kemudian apa saja yang dibahas dengan pengelola terkait dengan strategi yang akan dilakukan?

- Bapak RS : Dengan Ibu RB saya bisa mengetahui tentang aset yang kami miliki, ini sangat penting karena terkait dengan penyelenggaraan event dimana membutuhkan sarana prasarana yang memadai. Kemudian untuk merencanakan media yang akan dipakai saya koordinasi dulu dengan Bapak WA supaya tahu mengenai keadaan keuangan yang kami miliki. Selain itu terkait dengan SDM yang kami miliki, tidak selalu saya lakukan pertemuan kepada petugas keamanan dan kebersihan namun saya juga dapat menanyakan kepada Bapak MSB selaku staff SDM dimana sering melakukan komunikasi kepada pegawai harian lepas.
- Peneliti : Apa yang paling Bapak/ Ibu utamakan di antara penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat (agar tertarik untuk mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur), mengantisipasi berita negatif, membentuk berita positif (citra) *public relations*?
- Bapak RS : Kalau saya lebih pada membentuk berita positif, membentuk citra itu tadi.
- Peneliti : Siapa (keluarga/ pelajar/ mahasiswa/ wisatawan individu/ wisatawan dalam kota/ luar kota) yang diharapkan mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur?
- Bapak RS : Untuk semua kalangan, tapi khususnya anak muda dan remaja.
- Peneliti : Fasilitas apa yang diberikan khusus untuk keluarga/ pelajar/ mahasiswa/ wisatawan individu/ wisatawan dalam kota/ luar kota?
- Bapak RS : Yang jelas kami memiliki 120 kios itu terdiri dari 40 resto dan 80 kios. Terus ada kamar mandi, panggung, musholla, area terbuka, free hotspot, pln sebesar 66.000 watt, genzet 13.000 watt dan area parkir yang luas. Kemudian juga ada tenda, kursi, taman, untuk anak-anak ada permainan tapi terbatas.
- Peneliti : Apa yang Bapak/ Ibu lakukan apabila ada konsumen yang mengeluh/ komplain terhadap pelayanan resto Taman Kuliner Condongcatur yang tidak ramah?

- Bapak RS : Namanya konsumen ya banyak, mereka menilai tempat duduk, tenda belum memenuhi kriteria mereka, makanan belum sesuai selera masyarakat. Menanggapi hal tersebut saya tidak pernah mencoba untuk perang opini melalui media massa, lebih suka tindakan positif.
- Peneliti : Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk menyebarkan pesan (publikasi)?
- Bapak RS : Dari mulut ke mulut, memperbaiki semua yang ada di sini. Memberikan tampilan yang baik sehingga dapat dikomunikasikan secara baik. Efektif efisiennya kami melayani. Melalui komunitas, media massa cetak dan elektronik. Media cetak yang kami gunakan yaitu harian jogja dan tribun, kemudian media elektronik karena keterbatasan biaya kami memanfaatkan JOGJA TV, bukan sekedar iklan tapi masuk dalam program liputan khusus dan klinong-klinong campur sari.
- Peneliti : Selain karena keterbatasan biaya, mengapa Taman Kuliner memilih masuk dalam program liputan khusus dan klinong-klinong campursari?
- Bapak RS : Alasan kami masuk dalam program liputan khusus yaitu agar masyarakat memperoleh informasi lebih utuh lebih gamblang sehingga lebih konkrit. Kami menginformasikan fasilitas yang ada di sini juga kegiatan yang dapat dilaksanakan di sini. Sedangkan klinong-klinong campursari kami adakan untuk memberi hiburan kepada masyarakat supaya tertarik datang kesini sehingga secara tidak langsung dapat memperkenalkan Taman Kuliner kepada masyarakat.
- Peneliti : Saya mengetahui Taman Kuliner memiliki website, tapi mengapa saat ini sudah tidak dikelola?
- Bapak RS : Karena keterbatasan kemampuan IT yang kami miliki, sehingga kami saat ini tidak mengelola website lagi.

- Peneliti : Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk mempengaruhi masyarakat agar tertarik untuk mengunjungi Taman Kuliner Condongcatur?
- Bapak RS : Menjaga untuk Taman Kuliner Condongcatur tampil selalu bersih dan selalu aman. Kemudian yang paling penting adalah kesan pertama, menurut saya itu. Berbagai fasilitas coba kami pelihara. Agar tampak lebih baik.
- Peneliti : Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk mengantisipasi berita negatif?
- Bapak RS : Saya tidak pernah mencoba untuk perang opini melalui media massa, lebih suka tindakan positif.
- Peneliti : Bagaimana cara Bapak/ Ibu untuk membentuk berita positif (citra)?
- Bapak RS : Kami berharap pengunjung yang datang memiliki kesan baik. Orang yang pernah kesini tidak merasa ada yang kurang. Tapi kita menyadari disini bukan untuk kelas menengah ke atas tapi ke bawah. Selama ini disini tidak pernah kehilangan sesuatu yang ekstrim. Kemudian komplain juga tidak terlalu banyak tapi ya ada. Memperbaiki segala fasilitas yang ada, namun berkaitan dengan kemampuan kami, beban pemeliharaan cukup tinggi. Memberikan kesan positif melalui pelayanan yang diberikan, agar orang yang datang kesini memiliki kesan baik. Performance dalam melayani, seminimal mungkin harus kesini, artinya 2 kali harus selesai. Hari pertama dilayani, hari kedua mereka sudah selesai mengurus sewa.
- Peneliti : Siapa pihak yang dipilih dan diajak untuk bekerjasama dalam memperkenalkan Taman Kuliner Condongcatur kepada masyarakat?
- Bapak RS : Kami sering mengadakan event. Band-bandan, tingkat burung regional, bekerjasama dengan persewaan tenda dan kursi. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Supaya masyarakat yang membutuhkan bisa lebih mudah. Kami tidak melalui sponsor-sponsor tertentu. Contoh seperti gantangan burung kami belum punya sendiri. Awal 2012 kami punya cita-cita untuk mempunyai

sendiri. Karena keterbatasan biaya saya bekerjasama dengan penyelenggara latihan burung. Saya kompensasikan dengan dia menyelenggarakan burung secara gratis tiap Rabu sampai bulan Mei 2015. Dan skr jadi kepemilikan kami. Latihan bersama burung berkicau dalam bentuk gantangan, pagar, trap utk menaikan dan tempat penjualan tiket.

Peneliti : Siapa yang berwenang dalam pembagian tugas di Taman Kuliner Condongcatur?

Bapak RS : Saya sendiri dik.

Peneliti : Adakah rencana cadangan apabila rencana utama mengalami kegagalan?

Bapak RS : Selama ini belum artinya saya merencanakan publikasi itu sudah dengan keyakinan akan membawa dampak positif.

Peneliti : Apakah diadakan rapat setelah dilaksanakan penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?

Bapak RS : Iya kami evaluasi signifikan dengan hasilnya, artinya setelah kami promosi ada sebagian masyarakat yang datang untuk menanyakan dll. Kemudian juga bagaimana mengantisipasi dengan pelayanan yang efektif dan efisien secepatnya.

Peneliti : Apa yang menjadi hambatan Taman Kuliner Condongcatur dalam penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?

Peneliti : Bagaimana proses untuk memastikan bahwa tidak terjadi kesalahpahaman dalam penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat/ calon konsumen, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?

Bapak RS : Sesuai apa yang ada , tidak ada istilah menipu. Contohnya mampu menampung 1000 motor, silahkan dilihat siap menampung. Kami berikan informasi sekonkrit mungkin untuk penyewa.

Peneliti : Informasi apa yang bapak berikan kepada penyewa?

Bapak RS : Pada saat ada orang yang akan menyewa, kami selalu berikan informasi mengenai persyaratan izin, perjanjian sewa, hak, kewajiban dan larangan seperti yang ada pada Perbup Sleman no 48 tahun 2010 agar kami sama-sama menjalankan hak dan kewajiban kami untuk kemajuan Taman Kuliner.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN PENYEWA TAMAN KULINER CONDONGCATUR

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : Bapak P

Waktu : Kamis, 18 April 2013

Peneliti : Apakah ada pertemuan (rapat) antara pedagang dengan pengelola untuk membahas penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?

Informan : Baru sekali, itu pun hanya pemberitahuan mau ada event. Jadi Pak Rahmat dari 2010 itu baru sekali pertemuan di panggung. Baru sekali itu selama dia di sini.

Peneliti : Apa Bapak/ Ibu turut mendukung proses penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)? mengapa?

Informan : Ya jelas...kalo enggak gitu ya tambah sepi mbak..

Peneliti : Usaha apa yang Bapak/ Ibu lakukan untuk, menyebarkan pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif, membentuk berita positif (citra)

Informan : Kalau kita tu ya tergantung Pengelola, kalo kita mau melangkah sendiri itu kan takut kalo disalahkan dari Pengelola. Contoh saja kalo hujan orang pada kehujaan, coba kalo hujan mbak jajan disini mesti lari, gimana mau nikmat makan. Saya saja buat tambahan untuk kios rame kok sama Pengelola.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN PENYEWA TAMAN KULINER CONDONGCATUR

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan/ profesi : Bapak WP

Waktu : Kamis, 18 April 2013

Peneliti : Apakah ada pertemuan (rapat) antara pedagang dengan pengelola untuk membahas penyebaran pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif dan membentuk berita positif (citra)?

Informan : Ada. Di kantor pernah, di panggung pernah. Beberapa kali dengan penyewa.

Peneliti : Berapa kali rapat diadakan dalam satu bulan?

Informan : Ya tidak mesti..tapi akhir-akhir ini diberitahu kalau ada rapat.

Peneliti : Apa saja yang dibahas dalam pertemuan tersebut?

Informan : Band..kalo ada eventt..sekarang yang berjalan itu pakai papan pengumuman.

Peneliti : Usaha apa yang Bapak/ Ibu lakukan untuk, menyebarkan pesan (publikasi), mempengaruhi masyarakat, mengantisipasi berita negatif, membentuk berita positif (citra)?

Informan : Ya biasanya ngomong dengan pelanggannya, kalau mau membuat orang tertarik kesini mudah saja, buat saja nyaman tempat ini, penuhi kebutuhan orang yang datang kesini.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : AF

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa mas senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Nggak ah mbak.

Peneliti : Mengapa kok tidak senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Tadi aku makan nasi goreng cuma lima ribu, tapi rasanya kurang cuss..mending agak mahal dikit tapi enak gitu.

Peneliti : Berarti menurut mbak harga makanan disini tidak mahal ya?

Informan : Mahal sih enggak, tapi kalo aku yang penting rasa.

Peneliti : Mas berharap tidak kalau Taman Kuliner Condongcatur bisa ramai pengunjung?

Informan : Iyalah pengen rame..trus juga makanan yang dijual bervariasi dan ada yang berbeda dibandingkan tempat makan lain.

Peneliti : Apa mas berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Berharap jadi tempat langganan kalau kualitas makanannya meningkat.

Peneliti : Apa mas berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Berharap soalnya fasilitasnya sudah memadai, hanya saja kurang dimanfaatkan. Coba kalau dimanfaatkan dengan baik pasti bisa jadi pusat kuliner.

Peneliti : Bagaimana mas mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informan : Kan di tiap-tiap kios ada spanduknya, jadi aku tau makanan yang dijual makanan nusantara.

Peneliti : Apa mas mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informan : Ya...tau tapi gak terlalu menarik, gak ada gambar sama informasi tentang makanan yang dijual.

Peneliti : Apa mas mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Tau mbak..ya cuman petunjuk arahnya saja, tadinya aku kira Taman Kuliner itu yang di terminal soalnya arahnya sama kaya arah ke terminal ternyata bukan.

Peneliti : Apa mas mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informan : Wah nggak tau tuh aku.

Peneliti : Bagaimana mas mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Aku tau dari temenku yang sering kesini.

Peneliti : Apa mas mengetahui berbagai event yang diadakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Aku kurang tau..cuman tau dari yang jualan, katanya ini ada acara latihan burung..

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : GA

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa mbak senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Enggak.

Peneliti : Mengapa mbak tidak senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Tadinya saya diajak ke sini sama temen saya, jujur aja ya..saya gak suka diajak kesini, banyak kios makanan tapi saya ga bisa pilih-pilih makanan..udah gitu makanannya yang disajikan biasa aja, gak ada yang beda dari tempat-tempat makan lainnya.

Peneliti : Apakah harga makanan yang ditawarkan terlalu mahal?

Informan : Enggak mahal kok.

Peneliti : Apa mbak berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Iya, karena fasilitasnya lengkap, tempatnya enak buat wifian sama nongkrong bareng temen.

Peneliti : Apa mbak berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Iya berharap, kan tempatnya enak. Tempatnya nyaman fasilitasnya memadai ada musholla, kamar mandi, gazebo, panggung tontonan dan lain-lain.

Peneliti : Apa mbak berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Iya mbak, karena deket sama kota.

Peneliti : Bagaimana mbak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informan : Dari daftar menu yang ada di spanduk, kan aku survey dulu sebelum makan.

Peneliti : Apa mbak mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informan : Iya yang ada tulisan bisa buat nikah, ulang tahun, party dll itu kan.

Peneliti : Apa mbak mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Aku gak tau.

Peneliti : Apa mbak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informan : Iya tau, aku pernah cari informasi tentang Taman Kuliner, tapi gak ada informasi tentang makanan yang dijual, makanya aku ingin langsung kesini.

Peneliti : Bagaimana mbak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Tau karena diajakin sama temen kost.

Peneliti : Apa mbak mengetahui berbagai event yang diadakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Aku nggak tau.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : FNC

Waktu : 25 Maret 2013

Peneliti : Apa Saudari senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Ehmmm..gimana ya..tidak terlalu senang...

Peneliti : Mengapa Saudari tidak terlalu senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Soalnya makanannya cuma itu-itu aja..ya kaya warung biasa lah mbak...

Peneliti : Apakah pedagang melayani anda dengan ramah?

Informan : Iya ramah banget..aku diajak ngobrol..ditemenin gitu...

Peneliti : Apakah harga makanan yang ditawarkan terlalu mahal?

Informan : Enggak tuh mbak, aku beli nasi goreng cuma lima ribu.

Peneliti : Apa Saudari berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Berharap sih mbak..tapi kayaknya susah deh. Maksudnya gak bakal rame gitu.

Peneliti : Apa Saudari berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Iya mbak, tapi makanannya juga harus tambah enak.

Peneliti : Apa Saudari berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Berharap banget..soalnya rumahku deket sini..kan nanti kalo udah terkenal gak perlu repot cari tempat makan.

Peneliti : Apa Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informasi : Kalo menurut saya bukan makanan nusantara sih..tapi makanan rumahan..

Peneliti : Apa Saudari mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Ya...tau tapi gak terlalu menarik.

Peneliti : Apa Saudari mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Tau mbak..aku kan kalo pulang kuliah sering lewat situ..

Peneliti : Apa Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informasi : Tau..aku kan sering browsing internet, waktu aku nyari tau tentang Taman Kuliner Condongcatur ternyata..tampilannya gak berubah dari dulu sampe sekarang

Peneliti : Bagaimana Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Gimana gak tau mbak, orang ada tulisannya Taman Kuliner, trus rumahku juga deket sini kok..

Peneliti : Apa Saudari mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Iya tau kalo lagi ada event aja..kalo ada event keliatan agak rame gitu.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : S

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa Saudara senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Enggak.

Peneliti : Mengapa Saudara tidak senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Masa namanya Taman Kuliner tapi penyajian makanannya ga ada variasinya, ga ada hiasannya. Aku mikirnya ada yang menarik dengan makanan yang disajikan ternyata enggak.

Peneliti : Apakah pedagang melayani anda dengan ramah?

Informan : Iya ramah, murah senyum.

Peneliti : Apakah harga makanan yang ditawarkan terlalu mahal?

Informan : Enggak, standar lah seperti di tempat lain.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Iya lah, masa sepi begini.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Berharap, kan aku sering lewat sini jadi bisa sekalian makan.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Yap..menurutku bagus ini tempatnya, fasilitas yang ada lumayan lengkap.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informasi : Tau dong, kan ada spanduknya di tiap kios, jadi tau makanan apa saja yang disajikan.

Peneliti : Apa Saudari mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Tau.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Tau mbak..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informasi : Gak tau..

Peneliti : Bagaimana Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Aku sering lewat sini, lihat di gerbang tulisannya Taman Kuliner, terus ada spanduknya juga, makanya pengen tau dalemnya kaya gimana.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Iya aku tau event yang diadakan waktu kesini dan kebetulan sedang ada event.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Halaman Taman Kuliner Condongcatur

Informan : IY

Waktu : 21 April 2013

Peneliti : Apa Saudara senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Lumayan senang.

Peneliti : Mengapa Saudara senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Soalnya murah, daripada yang lain mahal..

Peneliti : Apakah pedagang melayani anda dengan ramah?

Informan : Gak mesti, ada yang ramah ada yang enggak.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Ya berharap rame..kan jadi gak serem tempatnya.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Ya..selama masih kuliah di dekat sini ya kemungkinan iya..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informasi : Iya, kan ada informasinya tu di spanduk.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Belum tahu..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Nggak tahu..belum pernah liat tu..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informasi : Belum pernah, emang ada website nya?

Peneliti : Bagaimana Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Ya...lewat-lewat sini aja, lagi cari makanan untuk makan siang yang murah trus saya lihat di depan ada tulisan Taman Kuliner dan juga ada spanduknya.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Ehmm...event apa ya? Kayaknya belum pernah denger kalo Taman Kuliner disewa buat acara. Di tv gak ada iklan, di koran juga gak ada, di radio pun gak pernah denger ada iklan.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Belakang panggung Taman Kuliner Condongcatur

Informan : DS

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa bapak berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Iyalah, masa setiap saya kesini selalu sepi pengunjung, paling pol ya cuma waktu ada event..

Peneliti : Apa bapak berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Saya pribadi tidak, bagaimana mau jadi pusat kuliner, makanan yang ada cuman sedikit.

Peneliti : Apa bapak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informasi : Tau, kan ada tulisannya di spanduk seperti bakso, mi ayam, nasi goreng, ayam bakar dan masih banyak lagi yang asli Indonesia.

Peneliti : Apa bapak mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Saya nggak tau.

Peneliti : Apa bapak mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Kurang tau..

Peneliti : Apa bapak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informasi : Tidak tau.

Peneliti : Bagaimana bapak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Saya tau karena diberitahu tetangga kalau disini ada latihan burung setiap Rabu dan Sabtu, hampir tiap minggu saya kesini..

Peneliti : Apa bapak mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Saya hanya tau ada event latihan burung itu saja, kalau event lainnya saya kurang tau.

Peneliti : Apa bapak pernah makan di sini? Mengapa?

Informasi : Belum pernah. Saya tidak tertarik untuk menikmati makanan di sini karena menu nya tidak ada yang berbeda dari tempat lain.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Belakang Panggung Taman Kuliner Condongcatur

Informan : MAP

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa bapak berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Iya dik, kalau tidak ramai sepi dong yang ikut latihan burung.

Peneliti : Apa bapak berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Saya berharap sekali, karena jika menjadi pusat kuliner selain saya bisa latihan burung dan juga bisa mencicipi aneka jenis makanan yang disajikan.

Peneliti : Apa bapak mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Saya tidak tahu.

Peneliti : Apa bapak mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Tau..

Peneliti : Bagaimana bapak mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Saya ikut komunitas Taman Kuliner Kicau Mania.

Peneliti : Apa bapak mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Tau dari temen-temen.

Peneliti : Bapak kan di sini mengikuti latihan burung, pernah tidak sesekali makan di sini?

Informan : Saya tidak pernah makan di sini, habis ikut latihan burung saya langsung pulang. Lagian di sini juga makan apa, saya tidak begitu tertarik, kiosnya aja banyak yang tutup.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : AWS

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa Saudari senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Iya senang...

Peneliti : Mengapa Saudari senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Soalnya saya belum pernah makan mi ayam hijau, ada jamurnya juga.

Peneliti : Apakah pedagang melayani anda dengan ramah?

Informan : Iya ramah banget..Ibu nya enak diajak ngobrol.

Peneliti : Apakah harga makanan yang ditawarkan terlalu mahal?

Informan : Enggak terlalu mahal kok, 7 ribu dapet makanan yang sepadan sama harganya.

Peneliti : Apa Saudari berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Iya berharap sekali.

Peneliti : Apa Saudari berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Iya berharap, walaupun sedikit yang buka, tapi makanannya ada yang bervariasi seperti mi ayam ini gak terlalu mahal lagi.

Peneliti : Apa Saudari berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Berharap banget..soalnya tempatnya enak, fasilitasnya lengkap, kios juga banyak, kan bisa dipergunakan untuk pedagang yang punya usaha menarik.

Peneliti : Apa Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informasi : Tau, kan ada tulisan makanan yang dijual di spanduk.

Peneliti : Apa Saudari mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Iya tau, spanduk Minggu sehat sama pemberitahuan event yang dapat diadakan di sini

Peneliti : Apa Saudari mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Tau..

Peneliti : Apa Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informasi : Tidak tau..

Peneliti : Bagaimana Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Kampusku dekat sini, sering ke kost temen yang di dekat sini, trus aku lihat ada petunjuk arah ke Taman Kuliner, makanya aku pengen tau kaya apa..

Peneliti : Apa Saudari mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Wah aku gak tau mbak, walaupun sering lewat sini tapi aku gak tau event-event yang akan diadakan. Ya tau-tau ada event gitu.

TRANSKIP WAWANCARA DENGAN MASYARAKAT

Tempat Wawancara : Depan kios Taman Kuliner Condongcatur

Informan : N

Waktu : 25 Mei 2013

Peneliti : Apa Saudara senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Iya senang bisa buat ganjal perut.

Peneliti : Mengapa Saudara senang dengan makanan yang disajikan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informan : Gak murah, gak mahal juga, masih bisa dijangkau lah dan seperti makan dirumah.

Peneliti : Apakah pedagang melayani anda dengan ramah?

Informan : Iya ramah, cepet juga nglayaninnya...

Peneliti : Apakah harga makanan yang ditawarkan terlalu mahal?

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur ramai pengunjung?

Informan : Iyalah..kalau sepi kan jadi gak menarik ikut latihan burungnya, cuma sedikit yang datang apalagi waktu hujan, pasti gagal latihan burungnya.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan tempat berlangganan?

Informan : Iya mbak, lumayan kan sekalian makan malam di sini habis ikut latihan burung.

Peneliti : Apa Saudara berharap Taman Kuliner Condongcatur dapat dijadikan pusat kuliner di DIY?

Informan : Berharap banget..nanti pasti makanan yang ada jadi lebih bervariasi.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur menyajikan makanan nusantara?

Informasi : Iya tau, di spanduk ada menu nya apa saja..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui di bagian depan Taman Kuliner Condongcatur terpasang spanduk?

Informasi : Tidak tau..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui di selatan Terminal Condongcatur terpasang papan petunjuk arah ke Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Tau mbak..

Peneliti : Apa Saudara mengetahui Taman Kuliner Condongcatur memiliki website?

Informasi : Tidak tau..

Peneliti : Bagaimana Saudari mengetahui Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Saya tau dari teman saya yang ikut Komunitas burung di sini.

Peneliti : Apa Saudara mengetahui berbagai event yang dilaksanakan di Taman Kuliner Condongcatur?

Informasi : Saya cuman tau event latihan burung ini aja..

Hasil Observasi Jam Kerja Pengelola

No	Nama	Hari, tanggal											
		Senin, 15/04/2013		Selasa, 16/04/2013		Rabu, 17/04/2013		Kamis, 18/04/2013		Jumat, 19/04/2013		Sabtu, 20/04/2013	
		Jam kerja		Jam kerja		Jam kerja		Jam kerja		Jam kerja		Jam kerja	
		in	out	in	out	in	out	in	out	in	out	In	out
1	RS	09.45	14.20	08.05	14.04	08.10	14.02	08.11	13.46	08.03	11.10	08.48	12.57
2	WA	08.20	14.00	08.30	13.55	08.15	14.00	08.15	13.26	08.08	09.22	08.43	13.03
3	MSB	08.30	13.54	08.43	14.12	09.25	14.30	08.30	14.10	08.05	11.30	08.37	13.20
4	RBA	09.18	13.25	08.25	14.00	08.20	14.00	08.10	13.28	-	-	08.30	13.45

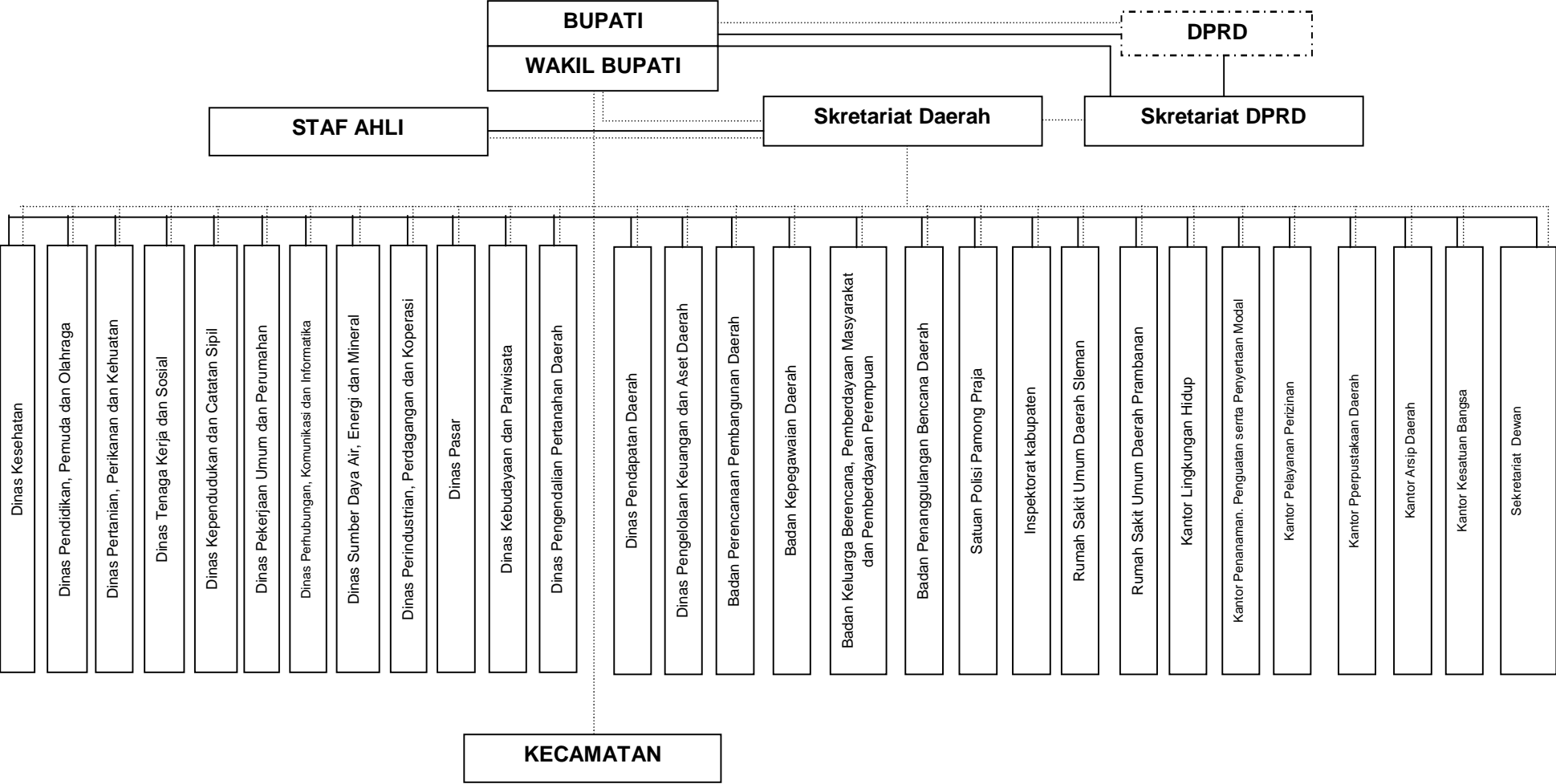
Sarana dan Prasarana

No	Sarana Prasarana	Jumlah	Ukuran	Kebersihan Kerapian Kenyamanan	Pencahayaan Sirkulasi udara	Keterangan
1.	Kondisi fisik Taman Kuliner Condongcatur	1	1,5 Ha	Kurang bersih Cukup rapi Cukup nyaman	Terang	Taman Kuliner Condongcatur memiliki lokasi dekat dengan pusat pendidikan dan kota.
2.	Kamar mandi	2	24 m ²	Nyaman	Terang	Terdapat dua kamar mandi yaitu di sebelah selatan musholla dan di sebelah utara panggung.
3.	Musholla	1	36 m ²	Cukup bersih Kurang nyaman	Terang	Musholla berada di sebelah selatan panggung. Terbuka sehingga pada saat hujan tidak dapat dipergunakan.
4.	Tempat parkir	1	1500 m ²	Kurang nyaman	Terang	Tempat parkir sangat luas, mampu menampung sekitar 80 mobil dan 120 motor, namun terlalu panas pada siang hari karena tidak ada atap

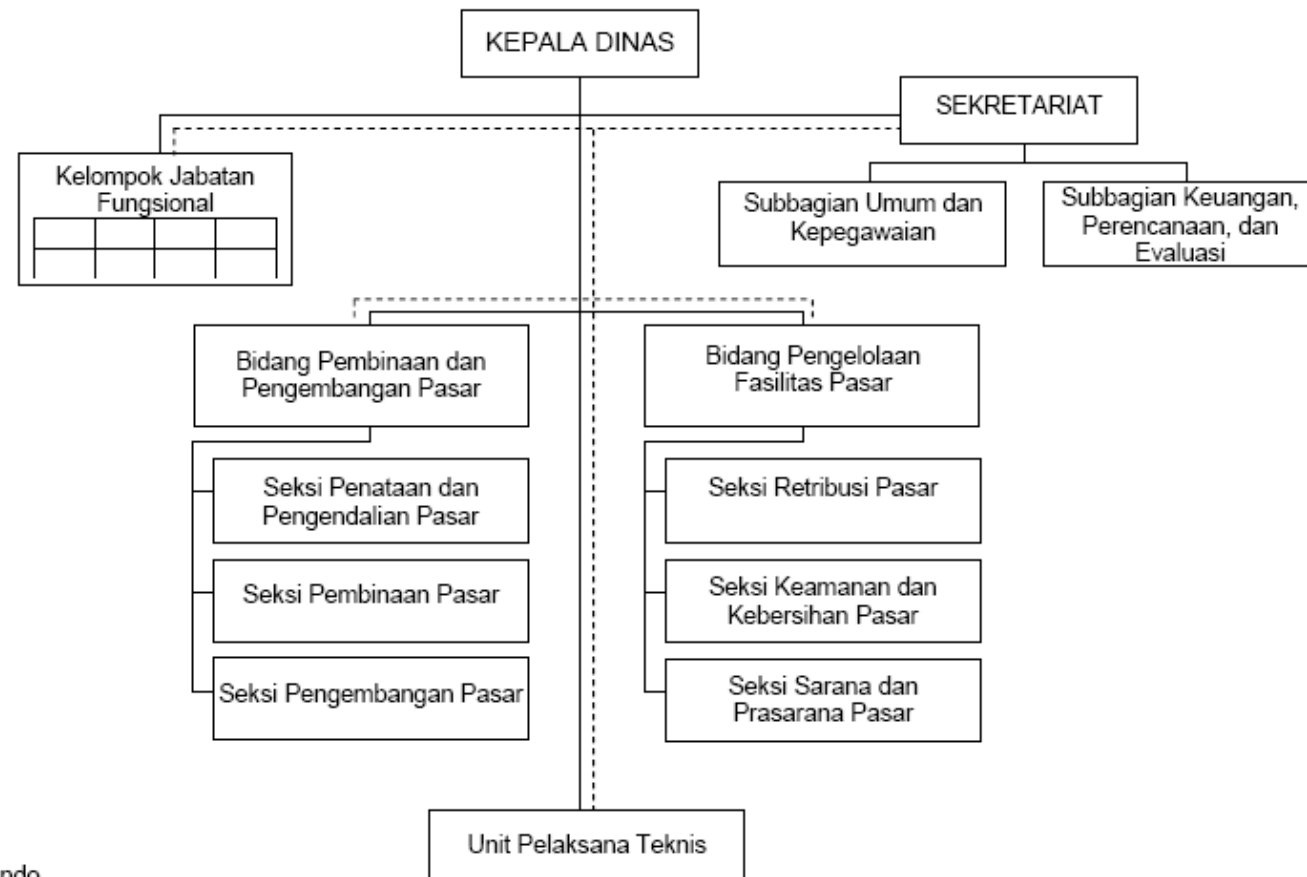
						pelindung.
5.	Gedung	2	96 m ² 144 m ²	Nyaman	Terang	Terdapat dua gedung yang terletak bersebelahan. Kedua gedung memiliki ukuran yang berbeda, tertutup dengan dinding kaca dan dapat digunakan untuk berlindung ketika hujan.
6.	Hotspot	1	-	Sangat nyaman	-	Koneksi cepat.
7.	Kios resto	40	9 m ²	Kurang nyaman	Gelap, pengap	Kios untuk restoran dilengkapi dengan dapur yang terdiri dari <i>wastafel</i> , <i>kitchen set</i> , <i>etalase</i> , kran air dan daya listrik total 66.000 Watt. Jika hujan deras, bagian dalam resto basah karena tidak ada pelindung luar.
8.	Kios non-resto	80	9 m ²	Kurang nyaman	Terang	Bagian depan kios non resto tidak ada pelindung, sehingga dalam keadaan hujan kecil kemungkinan kios tidak basah.
9.	Panggung	1	64 m ²	Cukup nyaman	Terang	Panggung terbuka, sehingga pencahayaan pada panggung sesuai dengan cuaca. Namun jika dalam keadaan hujan, panggung akan basah bahkan sampai pada area tengah panggung.

10.	Tenda	12	4 m ²	Kurang bersih Kurang nyaman	Terang	Tenda terbuka, tidak dapat digunakan saat hujan.
-----	-------	----	------------------	--------------------------------	--------	--

Struktur Organisasi Pemerintah Kabupaten Sleman



BAGAN SUSUNAN ORGANISASI DINAS PASAR



— : Garis Komando
 - - - : Garis Koordinasi

[Perda no 9 tahun 2009 tentang Organisasi Perangkat Daerah](#)

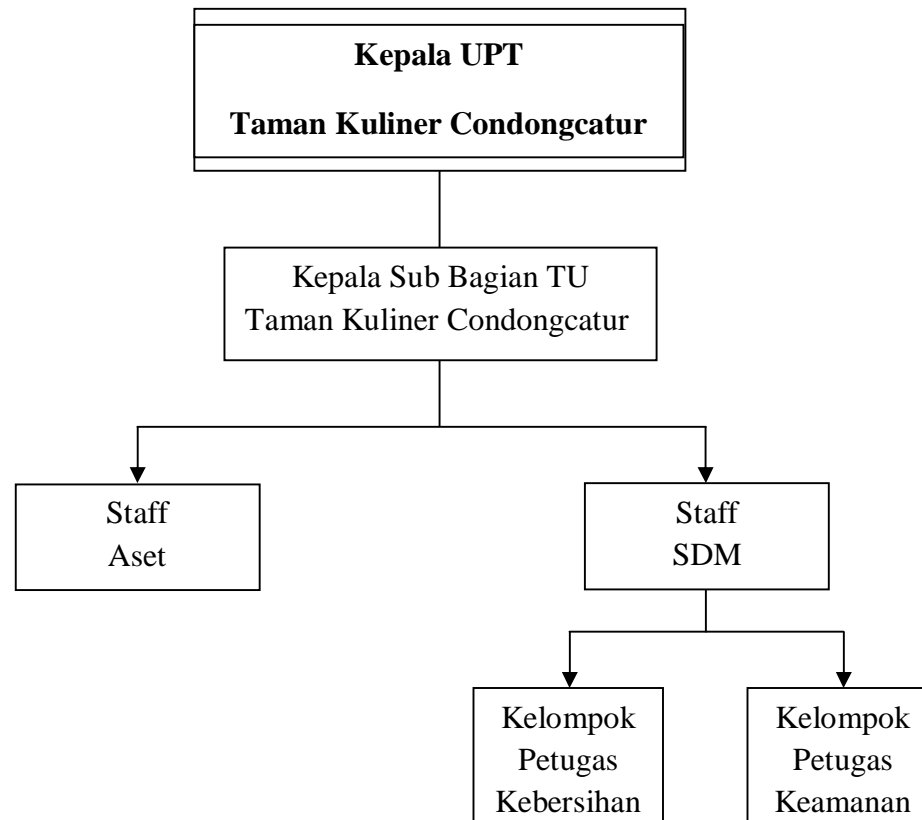
Struktur Organisasi Dinas Pasar

Susunan organisasi Dinas Pasar terdiri dari:

1. Kepala Dinas;
2. Sekretariat, terdiri dari;
 1. Subbagian Umum dan Kepegawaian;
 2. Subbagian Keuangan, Perencanaan, dan Evaluasi.
3. Bidang Pembinaan dan Pengembangan Pasar terdiri dari;
 1. Seksi Penataan dan Pengendalian Pasar;
 2. Seksi Pembinaan Pasar; dan
 3. Seksi Pengembangan Pasar.
4. Bidang Pengelolaan Fasilitas Pasar terdiri dari;
 1. Seksi Retribusi Pasar;
 2. Seksi Keamanan dan Kebersihan Pasar; dan
 3. Seksi Sarana dan Prasarana Pasar.
5. Unit Pelaksana Teknis (UPT) terdiri dari;
 1. UPT Pelayanan Pasar Kelompok I
 2. UPT Pelayanan Pasar Kelompok II
 3. UPT Pelayanan Pasar Kelompok III
 4. UPT Pelayanan Pasar Kelompok IV
 5. UPT Pelayanan Pasar Kelompok V
 6. UPT Pelayanan Pasar Kelompok VI
 7. UPT Pelayanan Pasar Kelompok VII
 8. UPT Taman Kuliner Condongcatur

Struktur Tugas

Taman Kuliner Condongcatur





Gambar 2. Baliho



Gambar 3. Spanduk penyewa



Gambar 4. Spanduk pengelola



Gambar 5. Papan petunjuk arah



Gambar 6. Agenda event



Gambar 7. Papan informasi



Gambar 8. Taman Kuliner Kicau Mania



Gambar 9. Kegiatan olahraga



Gambar 10. Live music



Gambar 11. Drumb band kids



Gambar 12. Bursa agro



Gambar 13. Pelatihan pembuatan mi ayam sehati

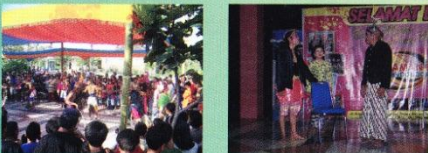
Sholat Ied

Setiap tahun Taman Kuliner Condongcatur dipakai sebagai tempat sholat Idul Fitri maupun Idul Adha. Diselenggarakan bekerjasama dengan Pengurus Ranting Muhammadiyah Condongcatur.

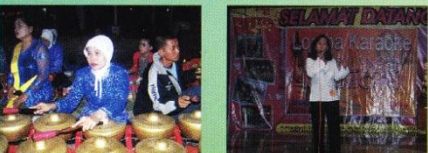


Pentas Seni

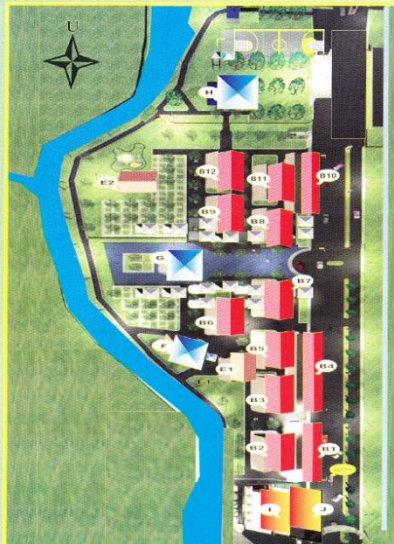
Secara berkala Taman Kuliner Condongcatur juga menyajikan pentas seni seperti Campursari, Lomba Karaoke, Kethoprak dan Jathilan.



Ditampilkannya kesenian tradisional ini dimaksudkan untuk turut serta melestarikan budaya tradisional.



Peta Kawasan



Denah Lokasi



TAMAN REKREASI - TAMAN JAJAN - TAMAN APRESIASI



EVENT



UPTD Taman Kuliner Condongcatur

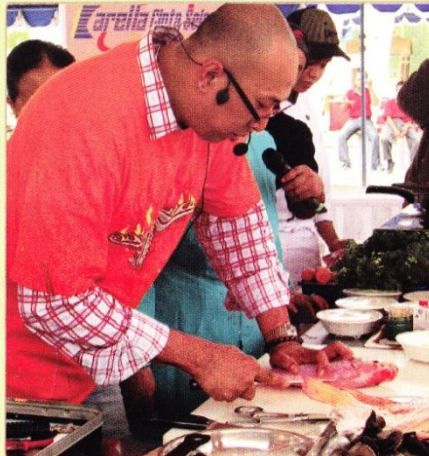
Jalan Anggajaya III Condongcatur, Depok, Sleman

Telp 0274 7460224 Fax 0274 7115176

E-Mail : taman.kuliner@yahoo.com

Gambaran Umum

Untuk menyemarakkan Taman Kuliner Condongcatur dan dalam rangka promosi maka selalu diadakan event. Sudah banyak event yang diselenggarakan di Taman Kuliner Condongcatur baik yang dilaksanakan sendiri maupun bekerjasama dengan pihak luar, bahkan juga yang diadakan oleh Event Organizer.



Demo masak ikan oleh Chef Tatang dalam event Festival Soto Nusantara

Fasilitas yang ada di Taman Kuliner Condongcatur terbuka untuk dimanfaatkan oleh masyarakat. Berbagai kegiatan dapat dilaksanakan seperti festival seni, outward bond untuk anak-anak, reuni, ulang tahun, pesta pernikahan dan lain-lain.

Event rutin yang diadakan di Taman Kuliner Condongcatur antara lain :

TKC Saturday Night Live Music

Setiap malam minggu mulai pukul 19.30 WIB digelar acara live musik dengan menampilkan group band indie. Setiap malam paling tidak menampilkan minimal tiga grup band. Acara ini bekerja sama dengan Tugu Musik Studio dan Winsa Production.



Taman Kuliner Drumband Kids

Dilaksanakan setiap tahun dalam rangka memeriahkan HUT Taman Kuliner Condongcatur. Kegiatan yang dilaksanakan adalah lomba konser drumband untuk tingkat Taman Kanak-Kanak se-DIY memperebutkan Trophi Bupati Sleman. Kegiatan ini dilaksanakan bekerjasama dengan Komunitas Pelatih Drumband Yogyakarta.



Ramadhan Fair

Event Ramadhan Fair dilaksanakan setiap tahun pada bulan Ramadhan selama 25 hari dengan menu acara ngabuburit. Setiap hari diadakan pentas live musik untuk mengiringi buka bersama. Selain itu diadakan pula bazaar pakaian dan makanan.



TKC New Year Party

Event TKC New Year Party dilaksanakan setiap akhir tahun dalam rangka menyambut tahun baru. Disajikan live musik oleh group band indie yogyakarta dan pesta kembang api. Acara ini diselenggarakan bekerjasama dengan Dinas Kebudayaan dan Pariwisata Kabupaten Sleman.





TAMAN REKREASI - TAMAN JAJAN - TAMAN APRESIASI

Nikmati makan malam ditemani sajian musik dari
group band indie yogyakarta dalam acara :

TKC Saturday Night Live Music

PENDOPO TAMAN KULINER CONDONGCATUR
TIAP MALAM MINGGU MULAI PUKUL 19.30 WIB



free...!!
HOTSPOT

Jl. Anggajaya III Condongcatur Depok Sleman 55283 Telp. (0274) 7460224 Fax. (0274) 7115176

Formulir Pendaftaran

Nama Band : _____
 Alamat : _____

 Pimpinan Band : _____
 Telpon : _____
 Tgl Pentas : _____
 Pukul : _____
 Urutan : _____

Sleman, _____

_____ Panitia

_____ Pimpinan Band



TKC Saturday Night Live Music :

Merupakan ajang penyaluran kreatifitas anak muda di bidang musik. Semua aliran musik boleh tampil di ajang live music ini. Ditampilkan setiap hari sabtu mulai pukul 19.30 s.d. 22.00 WIB

Syarat Pendaftaran :

- Group Band Umum.
- Menguasai minimal 3 buah lagu.
- Mengisi formulir pendaftaran.
- Bersedia di Endorse oleh UPTD Taman Kuliner Condongcatur untuk diikutsertakan dalam event-event yang diselenggarakan di Taman Kuliner.

Tempat Pendaftaran

UPTD Taman Kuliner Condongcatur
 Jalan Anggajaya III Condongcatur, Depok, Sleman
 Telepon 0274 7460224 Fax. 0274 7115176



A photograph of a playground area. In the foreground, there is a green rectangular table with several red chairs around it. The table and chairs are made of metal. The ground is paved with reddish-brown bricks. In the background, there are green trees and a blue sky. The entire image is framed by a yellow border.



Lavatory/Toilet ada 2 buah di sebelah selatan dan utara area taman dengan 10 kamar mandi/WC yang terpisah antara pria dan wanita



TAMAN KULINER
CONDONGCATUR SLEMAN

Tempat Makan dan Belanja Yang Nyaman



Jalan Anggajaya III Condongcatur, Depok, Sleman
Telp 0274 7460224 Fax 0274 7115176
E-Mail : taman.kuliner@yahoo.com

Gambaran Umum

TAMAN KULINER CONDONGCATUR dibangun oleh Pemerintah Kabupaten Sleman untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dan sekaligus bisa bermanfaat bagi terjaganya kualitas lingkungan.

Konsep yang dikembangkan adalah Taman Kota, yang berfungsi sebagai paru-paru kota dan dilengkapi dengan fasilitas penunjang kegiatan perekonomian masyarakat dan



Dibangun di atas lahan seluas 1,5 hektar, didesain dengan konsep penggabungan unsur taman dengan sarana hiburan dan olahraga. Dilengkapi dengan fasilitas kios sebanyak 120 buah, terdiri 40 buah kios resto dan 80 buah kios non resto.

Kios resto menyajikan berbagai aneka menu masakan dan kios non resto memperdagangkan aneka kerajinan tangan, kelontong, aksesoris, pakaian dan lain-lain.

Kawasan ini di masa mendatang diproyeksikan TAMAN KULINER CONDONGCATUR mulai operasional sejak tanggal 15 Juni 2007 ditandai dengan upacara soft opening.



VISI

Visi yang diangkat adalah EDUKATIF, NYAMAN, SEHAT DAN AMAN.

MISI

Misi TAMAN KULINER CONDONGCATUR adalah menjadi taman rekreasi, taman jajan, dan taman



Lokasi

"TAMAN KULINER CONDONGCATUR", dibuat ditepi Sungai Gajah Wong, di Jalan Anggajaya III, Dusun Gejayan, Condongcatur, Depok, Sleman. Tepatnya di sebelah utara ring road atau sebelah barat terminal Condongcatur.



Fasilitas TKC

Fasilitas yang tersedia di Taman Kuliner Condongcatur antara lain :

Kios Resto



Kios Resto adalah kios dengan komoditas dagangannya berupa masakan. Ukuran tiap kios 3 x 3 m dilengkapi dengan kitchen set dan

Kios Non Resto

Kios Non Resto adalah kios dengan komoditas dagangannya selain masakan seperti misalnya pakaian, aksesoris, kerajinan dll.



Pendopo & Plaza



Pendopo dan plaza menjadi pusat kegiatan di Taman Kuliner. Pendopo serbaguna ini berfungsi sebagai panggung untuk pentas musik dan lainnya

Musholla

Tempat ibadah bagi pengunjung maupun komunitas Taman Kuliner



Selasa, 25 September 2012

Pembukaan Kios di Taman Kuliner K-30, Condong Catur



Kios di Daerah Condong Catur-Yogyakarta



Kami menyediakan dan menerima kaos secara partai dan eceran, selain itu kami mempunyai harga termurah di daerah Jogja dengan kualitas terbaik di kelasnya. Menerima bordir dan sablon, masalah kualitas? Tidak perlu diragukan gan :)

Diposkan oleh **Mikha Zefanya Putra Pertiwi** di 03.46

Kelezatan Tiwul Ayu Mbok Sum

pangupodit | May 29th, 2012 at 01:05 pm

[Tiwul Ayu Mbok Sum](#) yang beralamatkan di Desa Mangunan, Kelurahan Mangunan, Kecamatan Dlingo, Kabupaten Bantul sangat lezat rasanya, mengapa saya berkata demikian karena saya sudah seringkali membeli Tiwul Ayu ini. Thiwul dan makanan olahan gaplek lainnya seperti gatot merupakan makanan tradisional yang lekat dengan masyarakat. Meskipun banyak makanan modern, namun bagi para penikmatnya thiwul menjadi makanan yang tetap dicari. Makanan yang sebelumnya menjadi pengganti nasi dan dihidangkan dengan sambal ini, kini diolah menjadi jajanan bercitarasa manis dan gurih. Dengan tekstur yang lebih lembut dan penambahan gula, thiwul jenis ini disebut thiwul ayu.

Thiwul ayu yang terkenal di Wonosari juga bisa ditemui di daerah Mangunan, Dlingo, Bantul. Mbok Sum, pembuat thiwul ayu yang mulai tahun 1997 membuat thiwul ayu dan menjadikannya sumber penghasilan. “ Setiap hari, kami memproduksi 50 kotak thiwul dan bisa lebih jika musim liburan”, penjelasan Mbok Sum di kediamannya. Omset pada musim lebaran bisa mencapai Rp. 500.000 per hari, yang pada hari biasa hanya sekitar Rp. 200.000 per hari.

Mbok Sum membuat thiwul dari tepung gaplek yang dipasok petani dari Mangunan, gula merah atau gula putih dan kelapa. “ Menurut para pembeli gaplek dari sini mempunyai cita rasa khas dan untuk campuran gula lebih disukai dengan gula merah “, jelasnya. Pembuatannya tidak memerlukan waktu yang lama, sekitar 15-20 menit sehingga pembeli bisa menunggu sekaligus melihat proses pembuatannya. Sebagai oleh-oleh, thiwul ini akan tahan hingga 2 X 24 jam dan bisa lebih jika disimpan di kulkas. Harga satu kotak Rp. 3.500 untuk ukuran kecil dan Rp. 5000 untuk ukuran besar, baik thiwul gula merah, gula pasir maupun thiwul sambel. Meskipun tempatnya agak terpencil, konsumen thiwul ayu ini tetap mendatangi untuk membeli jajanan ini.

Keberadaan tempat wisata yaitu kebun buah dan makam raja-raja Imogiri pun cukup membantu pemasaran makanan ini. Penggemar thiwul ayu ini tidak hanya terbatas pada wisatawan lokal, namun wisatawan mancanegara pun menggemari, seperti wisatawan dari Korea dan Jepang. “ Saya beberapa kali mengirimkan thiwul ke pelanggan saya yang ada di Singapura, walaupun sudah jauh tetap saja kangen dengan thiwul” ujar Mbok Sum.

Jika anda liburan ke daerah dlingo tepatnya di [kebun buah mangunan](#) jangan lupa mampir di rumah produksi Tiwul Ayu Mbok Sum yang beralamatkan di

Mangunan, Mangunan, Dlingo, Bantul, Yogyakarta Telp. 081931709303.

Dan sekarang juga sudah buka cabang di **UPTD Taman Kuliner Condongcatur. Jl. Anggajaya III Condongcatur, Depok, Sleman, Yogyakarta. Telp. 08783843045**




Pusat Pelatihan Mie Ayam (Hijau) SEHATI - Pusat Pelatihan Mie Ayam Hijau SEHATI | Pusat Pelatihan Mie Ayam (Hijau) SEHATI - Mozilla Firefox

File Edit View History Bookmarks Tools Help


miesehati.com

Pusat Pelatihan Mie Ayam (Hijau) SE... x Sri Wariyanti x +

MIE AYAM & ES Sehati



- Home
- Mie Ayam Sehati
- Mie Ayam EmiA




Pelatihan Mie di Surabaya Maret 2013

March 20th, 2013 [No Comments](#)

Sesuai jadwal yang telah ditentukan, maka pelatihan mie di Surabaya Maret 2013 jatuh pada hari Sabtu, 23 Maret 2013 di tempat biasa, yaitu di TK Islam Nurul Azizi. Pondok Candra Surabaya. Bagi yang ingin mengikuti pelatihan ini bisa langsung MS ke nomor instruktornya, Ibu Yeni 08883087532. Kirimkan nama dan alamat

[Lebih lanjut »](#)



- Berbagi
- Kegiatan
- Testimoni
- Wisata

Klinong-Klinong Campursari Hadir Di Taman Kuliner

17 April 2012



NEW RELEASE

17 APRIL 2012

KLINONG-KLINONG CAMPURSARI HADIR DI TAMAN KULINER

7 (tujuh) tahun menduduki *rating* pertama program favorit pemirsa Jogja TV , Klinong-Klinong Campursari (KKC) ingin selalu dekat dengan pemirsanya. Kali ini Klinong-Klinong Campursari akan hadir di Taman Kuliner Condong Catur Sleman. Pada Sabtu (21/4) nanti warga akan dihibur dengan penampilan grup Campursari Cindelaras. Mulai pukul 19.00 WIB warga dapat menikmati alunan musik campursari sembari memanjakan lidah dengan aneka kuliner pilihan di pusat kuliner Sleman ini.

Menurut Pascalis Pramantya selaku Produser Eksekutif Program Hiburan Jogja TV, KKC *off air* (siaran tunda) ini akan dikemas seperti layaknya KKC *live* yang biasa ditayangkan tiap Kamis malam di studio Jogja TV. “Nantinya KKC spesial Taman Kuliner ini akan ditayangkan pada Kamis, 3 Mei 2012 pukul 20.30-21.30 WIB. Disisi lain Rahmat Suryono S.Sos, MM, Kepala UPT Taman Kuliner Condong Catur menggandeng Jogja TV karena tahu program KKC memiliki pemirsa yang luar biasa. “Kami ingin menghibur warga sekitar dan juga pemirsa setia Jogja TV dengan lokasi syuting yang baru, ya...itung-itung penyegaran buat pemirsa sambil wisata kuliner” ungkapnya.

Setiap Kamis malam Studio Jogja TV selalu dipenuhi pemirsa setia KKC. Mereka tidak hanya warga sekitar tetapi juga warga dari beberapa daerah diluar Sleman dan Bantul seperti Gunungkidul dan Kulonprogo pun punya antusiasme untuk menonton siaran langsung program ini. Jadi jangan lewatkan Klinong-Klinong Campursari Spesial Taman Kuliner Sabtu (21/4) di Taman Kuliner Condong Catur Sleman.

Untuk Informasi lebih lanjut, silahkan hubungi :

Widiana (PR)

Jogja TV

Jl. Wonosari Km.9 Sendangtirto Berbah Sleman
Yogyakarta

Telp. 0274-451900
Fax. 0274-451800
Hp. 081 392 282 505

info@jogjatv.tv
weedy_michiko@yahoo.com
www.jogjatv.tv



reality is that the U.S. economy is still in a fragile state. The Federal Reserve's monetary policy is still very tight, and the economy is still in a state of recession. The Federal Reserve is still in a state of uncertainty about the future of the economy. The Federal Reserve is still in a state of uncertainty about the future of the economy. The Federal Reserve is still in a state of uncertainty about the future of the economy.

Taman Kuliner Condong Catur di Ujung Tanduk

Rabu, 30/5/2012 [Garth Antaqona/JIBI/Harian Jogja 1](#)



Taman Kuliner Condong Catur hampir setiap hari selalu lengang (JIBI/Harian Jogja/Garth Antaqona)

Jam menunjukkan pukul 10.30 WIB saat *Harian Jogja* sampai di Taman Kuliner Condong Catur, Sleman. Suasana masih sepi. Kondisi tak berubah sampai pukul 12.30 WIB. Waktu yang sudah masuk jam makan siang ternyata tak membuat pusat belanja makanan itu menjadi ramai.

Pengunjung Taman Kuliner Condong Catur bisa dihitung dengan jari. Hanya beberapa warung yang beruntung pada hari itu, mendapatkan pembeli. Penjual yang dagangannya belum mendapatkan rezeki pembeli memilih untuk duduk-duduk di depan kios.

Pengembangan Taman Kuliner Condong Catur, Sleman untuk menjadi pusatnya kuliner daerah DIY utara nampaknya jauh dari harapan. Banyak pedagang yang mengeluh sepiunya pembeli.

“Di tempat ini, semua pedagang sudah pada bangkrut, banyak kios yang tutup. Yang tersisa hanyalah pedagang yang setia menunggu keberuntungan di tempat yang semakin tidak jelas ini,” ungkap Melani, pedagang makanan penyetan kepada *Harian Jogja*, Selasa (29/5) di Taman Kuliner Condong Catur, Sleman.

Melani merupakan salah satu pedagang kaki lima (PKL) di Selokan Mataram, tepatnya di dekat kampus UGM yang diminta pindah oleh pemerintah daerah. Pada 2009, dia memilih membuka usaha di Taman Kuliner Condong Catur. Kendati telah direlokasi ke tempat yang jauh lebih baik dan memadai, ia justru mengalami cobaan yang jauh lebih berat.

Omzet di Taman Kuliner tak sesuai harapan. Dalam sehari, rata-rata dia hanya mendapatkan pemasukan Rp30.000 dari tiga pengunjung yang memesan es jus, serta nasi penyet. Melani mengaku kecewa dengan kondisi yang tak kunjung berubah. Kios yang dibuka dari pukul 08.00 WIB-22.00 WIB, baik hari biasa maupun libur, tetap saja sepi.

“Dulu, ketika masih menjadi PKL di Selokan Mataram omzet saya minimal Rp500.000 per hari. Sedangkan saat ini, Rp30.000 saja sudah bagus. Terkadang malah merugi karena tidak ada pengunjung,” keluhnya.

Melani mengaku menyesal dulu mengikuti dan mendukung kebijakan pemerintah direlokasi ke Taman Wisata Condong Catur dengan iming – iming peningkatan kesejahteraan. Namun, kondisi yang ia dapatkan justru sangat jauh dari harapan dan sangat memprihatinkan. Kini, ia harus berjuang mati-matian agar dapat bertahan, sampai mengutang di berbagai pihak hanya untuk bertahan di tempat tersebut.

“Relokasi ke tempat ini saya anggap gagal. Tempat sepi, tidak ada untung,” tambahnya.

Selain Melani, pedagang lainnya juga merasakan hal serupa. Investasi mereka berupa makanan setiap harinya lebih banyak membusuk karena tidak laku. Banyak pula pedagang yang harus menunggak kontrak kios akibat tidak ada pemasukan untuk membayar. Bahkan di antara mereka ada yang sampai gulung tikar.

Supiyani, pedagang nasi goreng dan nasi rames yang baru berjualan lima bulan di Taman Kuliner Condong Catur juga mengungkapkan keluhan yang sama. Sebagai pedagang baru, ia hanya memperoleh pendapatan Rp70.000 per hari.

“Padahal saya harus menyisihkan uang sewa sebesar Rp500.000 per bulan. Dengan kondisi sepi seperti ini, jangan berharap untung,” kata Supiyani.

Pada awal menempati kios, Supiyani harus mengeluarkan modal Rp2 juta sebagai uang tanda jadi. Kini untuk mengembalikan modal tersebut, ia harus berani mempertahankan dagangannya pada kondisi apa pun. “Laku tidak laku, yang penting buka terus. Mencari pelanggan memang susah, tetapi mempertahankan apa yang sudah ada juga tidak mudah,” ujarnya.

Ketua Paguyuban Pedagang Taman Kuliner Purwanto mengungkapkan setiap tahun jumlah pedagang di Taman Kuliner Condong Catur selalu berkurang. Pada 2008 terdapat sekitar 100 pedagang yang menempati kios. Sementara pada 2012, pedagang berkurang drastis. Dalam itungan Purwanto, sebanyak 90% pedagang lama hengkang dan memilih untuk keluar dari Taman Kuliner Condong Catur. “Banyak pedagang yang kabur karena suasana Taman Kuliner Condong Catur yang kian sepi pengunjung,” ungkap Purwanto.

Purwanto mengaku pedagang yang bertahan semakin geram dengan ulah pengelola yang dipegang UPT Dinas Pasar Sleman yang dinilai jarang memberdayakan pedagang pada setiap event yang berlangsung di Taman Kuliner. Seringkali, event yang digelar disponsori produsen makanan.

“Mereka malah jualan makanan di Taman Kuliner. Ya, kami jadi nggak kebagian rezeki. Pedagang merasa dilecehkan atas kehadiran sponsor event yang bertemakan makanan, karena menjajakan makanan di tempat tersebut. Apalagi, pengelola juga memperbolehkan pedagang luar untuk berjualan ketika ada event,” jelasnya.

Seharusnya, menurut Purwanto, pengelola dapat memberdayakan pedagang, terutama mendongkrak penjualan pedagang yang sudah sepi setiap harinya. Selain itu, Purwanto juga melihat jika pengelola sangat lesu dalam mempromosikan Taman Kuliner. Hal ini terlihat dari bentuk spot yang tidak ada perubahan, terutama penerangan. Terlebih, kondisi pintu masuk Taman Kuliner tulisan sudah nampak usang sehingga membuat pengunjung ragu untuk masuk.

“Pengelola harus bisa menggeliatkan lagi pedagang disini untuk berjualan. Dapat dimulai dari suasana spot yang dibuat lebih menarik lagi,” tandasnya.

Makanan Harus Enak

Kepala UPT Taman Kuliner Condong Catur Rahmat Suryono mengungkapkan kualitas makanan pedagang harus ditingkatkan mutunya jika ingin banyak pengunjung yang datang. Dari pengalamannya, ia pernah kecewa dengan pedagang ketika mempercayakan pengadaan makanan dalam sebuah event.

“Kami sudah pernah percayakan mereka, tetapi makanannya basi, kami jadi malu,” ungkap Rahmat Suryono kepada *Harian Jogja*.

Sebagai gantinya, UPT kini lebih memberikan peluang kepada pihak yang ingin meramaikan event dalam status sponsor. Meskipun terbuka, ia juga tetap selektif dalam memberikan kesempatan kepada pihak ketiga yang menangani makanan.

Dengan adanya event ini, ia berharap dapat memperkenalkan taman kuliner kepada masyarakat luas. Menurutnya, event adalah salah satu sarana promosi yang dapat dilakukan pengelola secara efektif dan hemat biaya.

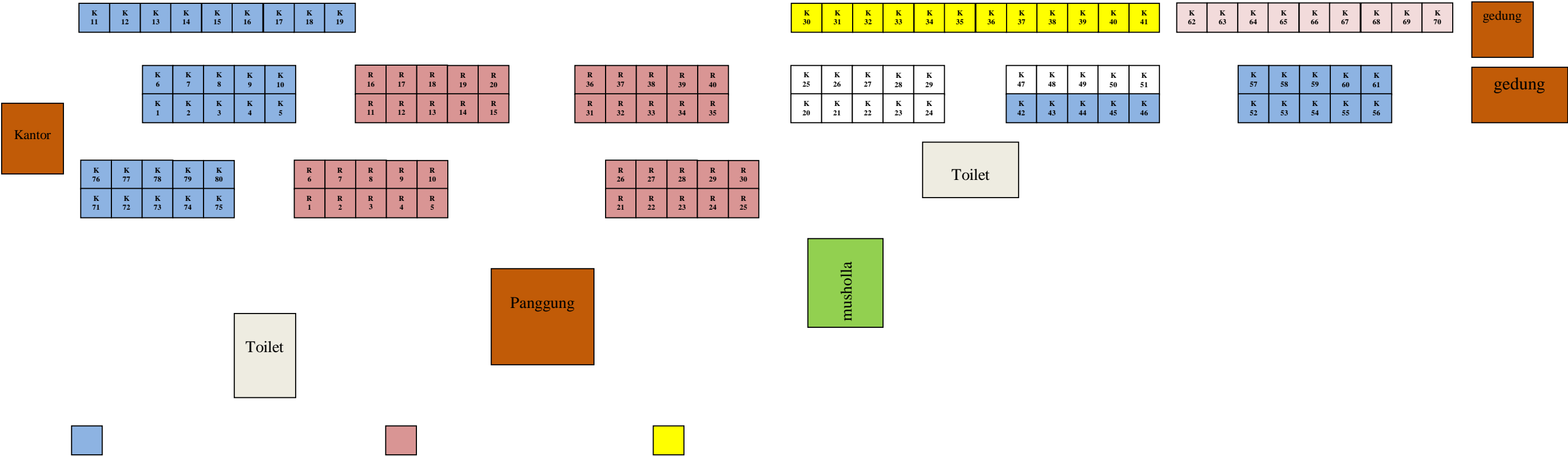
Seiring dengan upaya tersebut, ia berharap kepada seluruh pedagang untuk bersama – sama mendukung dengan mempersatukan kembali komitmen dalam menjaga dan mengembangkan kualitas dari makanan.

Sejauh ini, menurut dosen Fakultas Ekonomi UAJY Susilo Pemerintah Sleman terlihat kurang konsisten memperbaiki kondisi relokasi pedagang di Taman Kuliner Condong Catur. Seharusnya pemerintah dapat menjadikan relokasi sebagai upaya memperbaiki pedagang, bukan hanya dalam tempo dini tetapi dalam jangka panjang.

“Pemerintah harus dapat melihat relokasi sebagai hal yang prioritas. Kalau sudah sepi seperti ini, banyak pihak yang dirugikan, termasuk nama baik Kabupaten Sleman juga dipertaruhkan,” tandasnya.

Denah Taman Kuliner Condongcatur

Area Parkir



Zona Basecam/ Perkantoran/ Jasa



Zona Resto



Zona Assessoris/ Kerajinan/ Fashion



Zona Sembako dan makanan ringan



Zona Snack/ makanan

**PERATURAN BUPATI SLEMAN
NOMOR 48 TAHUN 2010**

**TENTANG
PEMANFAATAN FASILITAS
TAMAN KULINER CONDONGCATUR**

**UPT TAMAN KULINER CONDONGCATUR
TAHUN 2011**



BUPATI SLEMAN

PERATURAN BUPATI SLEMAN
NOMOR : 48 TAHUN 2010

TENTANG

PEMANFAATAN FASILITAS TAMAN KULINER CONDONGCATUR

DENGAN RAHMAT TUHAN YANG MAHA ESA

BUPATI SLEMAN,

- Menimbang** :
- a. bahwa keberadaan Taman Kuliner Condongcatur sebagai fasilitas publik memiliki fungsi yang dapat dimanfaatkan oleh masyarakat;
 - b. bahwa untuk mengoptimalkan pemanfaatan Taman Kuliner Condongcatur perlu disusun mekanisme pemanfaatan Taman Kuliner Condongcatur,
 - c. bahwa berdasarkan pertimbangan dalam huruf a dan huruf b, perlu menetapkan Peraturan Bupati tentang Pemanfaatan Fasilitas Taman Kuliner Condongcatur.
- Mengingat** :
- 1. Undang-Undang Nomor 15 Tahun 1950 tentang Pembentukan Daerah Kabupaten dalam Lingkungan Daerah Istimewa Yogyakarta (Berita Negara tanggal 8 Agustus 1950 Nomor 44);
 - 2. Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2004, Nomor 125, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4437) sebagaimana telah diubah terakhir dengan Undang-Undang Nomor 12 Tahun 2008 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 32 Tahun 2004 tentang Pemerintahan Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2008, Nomor 59, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4844);

3. Peraturan Pemerintah Nomor 32 Tahun 1950 tentang Penetapan Mulai Berlakunya Undang-Undang 1950 Nomor 12, 13, 14 dan 15 dari Hal Pembentukan Daerah-daerah Kabupaten di Jawa Timur/Tengah/Barat dan Daerah Istimewa Yogyakarta (Berita Negara Tahun 1950 Nomor 59);
4. Peraturan Pemerintah Nomor 6 Tahun 2006 tentang Pengelolaan Barang Milik Daerah (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2006 Nomor 20, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4609);
5. Peraturan Menteri Dalam Negeri Nomor 17 Tahun 2007 tentang Pedoman Pengelolaan Barang Milik Daerah.

MEMUTUSKAN:

**Menetapkan : PERATURAN BUPATI TENTANG PEMANFAATAN FASILITAS
TAMAN KULINER CONDONGCATUR.**

BAB I

KETENTUAN UMUM

Pasal 1

Dalam Peraturan Bupati ini yang dimaksud dengan: .

1. Pemerintah Daerah adalah Pemerintah Kabupaten Sleman.
2. Bupati adalah Bupati Sleman.
3. Dinas Pasar adalah Dinas Pasar Kabupaten Sleman.
4. Kepala Dinas adalah Kepala Dinas Pasar Kabupaten Sleman.
5. Taman Kuliner Condongcatur yang selanjutnya disebut Taman Kuliner adalah taman kota yang dilengkapi dengan fasilitas bermain, dan sarana perdagangan dan jasa.
6. Kepala Unit Pelaksana Teknis adalah Kepala Unit Pelaksana Teknis Taman Kuliner Condongcatur.
7. Izin pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner yang selanjutnya disebut izin adalah izin yang diberikan kepada masyarakat untuk memanfaatkan dan/atau melakukan kegiatan usaha pada fasilitas Taman Kuliner.
8. Pelaku usaha adalah perseorangan atau badan yang menjalankan kegiatan usaha di sektor perdagangan dan/atau jasa yang bersifat tetap berkelanjutan untuk memperoleh keuntungan atau laba.

9. Usaha perdagangan adalah setiap bentuk usaha yang menjalankan kegiatan usaha di sektor perdagangan barang dan/atau jasa yang bersifat tetap berkelanjutan untuk tujuan memperoleh keuntungan atau laba.
10. Area terbuka adalah area yang di atasnya tidak terdapat bangunan permanen.

BAB II

PEMANFAATAN TAMAN KULINER

Bagian Kesatu

Fasilitas Taman Kuliner

Pasal 2

Fasilitas yang tersedia di Taman Kuliner terdiri dari:

- a. resto;
- b. kios;
- c. gedung;
- d. panggung;
- e. area terbuka.

Bagian Kedua

Perizinan

Pasal 3

Setiap pelaku usaha dan/atau masyarakat yang melakukan kegiatan dan/atau usaha perdagangan dengan memanfaatkan fasilitas pada Taman Kuliner wajib memiliki izin.

Pasal 4

Setiap pelaku usaha hanya diperbolehkan memiliki 1 (satu) izin, dan tidak dapat dipindahtangankan tanpa izin dari Kepala Dinas.

Pasal 5

- (1) izin pemanfaatan resto, kios, dan gedung berlaku untuk jangka waktu 2 (dua) tahun, dan dapat diperpanjang.
- (2) izin pemanfaatan panggung dan area terbuka berlaku paling sedikit 1 (satu) hari dan dapat diperpanjang.

- (3) Perpanjangan izin sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dilakukan paling lambat 1 (satu) bulan sebelum habis masa berlaku izin.
- (4) Apabila surat izin mengalami kerusakan atau hilang maka pemilik izin wajib melapor dan mengajukan permohonan penggantian surat izin kepada Kepala Dinas.

Pasal 6

- (1) Permohonan izin dan perpanjangan izin diajukan kepada Kepala Dinas dengan mengisi formulir yang telah disediakan.
- (2) Permohonan izin dilengkapi dengan persyaratan:
 - a. fotokopi Kartu Tanda Penduduk yang masih berlaku;
 - b. pernyataan kesanggupan untuk mematuhi peraturan yang telah ditetapkan oleh Pemerintah Daerah;
 - c. rekomendasi dari Kepala Unit Pelaksana Teknis; dan
 - d. pas foto ukuran 4x6 cm sebanyak 3 (tiga) lembar, khusus bagi pemohon izin penggunaan kios, resto, dan gedung.
- (3) Permohonan perpanjangan izin dilengkapi dengan persyaratan:
 - a. surat izin asli yang dimiliki sebelumnya;
 - b. fotokopi Kartu Tanda Penduduk yang masih berlaku; dan
 - c. rekomendasi dari Kepala Unit Pelaksana Teknis.

Pasal 7

Kepala Dinas dalam memberikan izin didasari pada pertimbangan:

- a. aspek kelengkapan dan kebenaran persyaratan administrasi permohonan izin;
- b. aspek ketersediaan fasilitas Taman Kuliner; dan
- c. aspek jenis dagangan barang/jasa.

Pasal 8

- (1) Izin diterbitkan oleh Kepala Dinas.
- (2) Izin pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner diberikan dalam jangka waktu paling lambat 14 (empat belas) hari sejak berkas permohonan izin dinyatakan lengkap dan benar.

Pasal 9

- (1) Izin untuk pemanfaatan resto, kios, gedung, panggung, dan area terbuka yang jangka waktu pemanfaatannya lebih dari 1 (satu) bulan ditindaklanjuti dengan perjanjian sewa.
- (2) Perjanjian sewa pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner paling sedikit memuat:
 - a. pihak-pihak yang terikat dalam perjanjian;
 - b. jenis, luas, jenis barang atau jasa, besaran biaya sewa, dan jangka waktu;
 - c. tata cara pembayaran biaya sewa;
 - d. hak dan kewajiban para pihak;
 - e. sanksi.
- (3) Perjanjian sewa pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner ditandatangani oleh Kepala Unit Pelaksana Teknis untuk dan atas nama Kepala Dinas dan pemilik izin.

Pasal 10

Jangka waktu perjanjian sewa pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner sesuai dengan masa berlaku izin sebagaimana dimaksud dalam Pasal 5.

Pasal 11

Ketentuan lebih lanjut mengenai pemanfaatan fasilitas Taman Kuliner diatur oleh Kepala Dinas.

Bagian Ketiga

Biaya Sewa Pemanfaatan Taman Kuliner

Pasal 12

- (1) Setiap pemanfaatan fasilitas taman kuliner dipungut biaya sewa.
- (2) Biaya sewa fasilitas Taman Kuliner sebagai berikut:
 - a. resto sebesar Rp85.000,00 (delapanpuluh lima ribu rupiah) per bulan;
 - b. kios sebesar Rp60.000,00 (enam puluh ribu rupiah) per bulan;
 - c. panggung yang dipergunakan untuk kegiatan yang berorientasi profit laba sebesar Rp210.000,00 (dua ratus sepuluh ribu rupiah) per kegiatan per hari;

- d. panggung yang dipergunakan untuk kegiatan non profit antara lain untuk sosial, pendidikan, keagamaan, kebudayaan dan pembinaan generasi muda sebesar Rp60.000,00 (enampuluh ribu rupiah) per kegiatan per hari;
- e. Gedung Jatayu (J) sebesar Rp15.000.000,00 (lima belas juta rupiah) per tahun;
- f. Gedung Harjuna (H) sebesar Rp18.000.000,00 (delapan belas juta rupiah) per tahun.

Pasal 13

- (1) Biaya sewa untuk pemanfaatan resto dan kios dikenai tambahan biaya berupa biaya pendaftaran sebesar Rp2.000.000,00 (dua juta rupiah) bagi pelaku usaha baru.
- (2) Biaya sewa untuk panggung dan gedung sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12 ayat (2) huruf c, huruf d, huruf e, dan huruf f ditambahkan biaya listrik sebagai berikut:
 - a. penggunaan listrik dengan daya sampai dengan 500 watt sebesar Rp6.000,00 (enam ribu rupiah) per kegiatan per hari;
 - b. penggunaan listrik dengan daya antara 501-5000 watt sebesar Rp60.000,00 (enampuluh ribu rupiah) per kegiatan per hari;
 - c. penggunaan listrik dengan daya antara 5000-10.000 watt sebesar Rp132.000,00 (seratus tigapuluh dua ribu rupiah) per kegiatan per hari;
 - d. penggunaan listrik dengan daya antara 10.000-15.000 watt sebesar Rp264.000,00 (dua ratus enampuluh empat ribu rupiah) per kegiatan per hari.

Pasal 14

- (1) Pemanfaatan fasilitas Taman Kufiner berupa area terbuka dapat dilakukan oleh Dinas atas nama Pemerintah Daerah dalam bentuk kerjasama dengan pihak lain selaku penyewa.
- (2) Penyewa dalam melaksanakan kerjasama sebagaimana dimaksud pada ayat (1) dikenakan kontribusi sebesar 50% (limapuluh persen) dari harga pasar sewa sesuai dengan jenis pemanfaatan.

Pasal 15

- (1) Pembayaran biaya sewa fasilitas Taman Kuliner disampaikan oleh penyewa kepada Kepala Dinas melalui Kepala Unit Pelaksana Teknis.
- (2) Kepala Dinas dalam jangka waktu 1x24 jam wajib menyetorkan penerimaan pembayaran sewa ke kas daerah.
- (3) Ketentuan lebih lanjut mengenai tata cara pembayaran diatur dalam perjanjian sewa.

Bagian Keempat Hak, Kewajiban dan Larangan

Pasal 16

Setiap pemilik izin berhak:

- a. melakukan kegiatan usaha di lokasi yang telah diizinkan; dan
- b. mendapatkan pembinaan dan pendampingan dalam pengembangan usaha.

Pasal 17

Setiap pemilik izin wajib:

- a. membayar biaya sewa tepat waktu dan sesuai dengan ketentuan yang berlaku;
- b. menjaga ketertiban, keamanan, kesehatan, kebersihan dan keindahan lingkungan serta fungsi fasilitas umum lainnya di taman kuliner;
- c. menjaga prasarana dan sarana fisik yang menjadi tanggung jawabnya.

Pasal 18

Setiap pemilik izin dilarang:

- a. menjaminkan atau menggadaikan izin dengan cara apapun;
- b. melakukan kegiatan usaha selain jenis usaha yang telah diizinkan;
- c. menyewakan kepada pihak lain;
- d. memindahtangankan izin kepada pihak lain tanpa izin dari pejabat yang berwenang;
- e. memanfaatkan bangunan untuk tempat tinggal;
- f. menggunakan fasilitas Taman Kuliner melebihi ketentuan yang telah diizinkan; dan
- g. mengubah tampilan, bentuk dan fungsi bangunan fasilitas Taman Kuliner tanpa izin dari Kepala Dinas.

Bagian Kelima
Sanksi Administrasi

Pasal 19

- (1) Pemegang izin diberikan peringatan secara tertulis apabila:
 - a. melakukan kegiatan usaha tidak sesuai dengan ketentuan yang ditetapkan dalam izin yang telah diperolehnya;
 - b. tidak memenuhi ketentuan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 12, Pasal 13, Pasal 17 dan Pasal 18;
 - c. tidak melakukan aktivitas kegiatan usaha tanpa keterangan yang dapat dipertanggungjawabkan selama 30 (tigapuluh) hari berturut-turut atau 90 (sembilanpuluh hari) dalam satu tahun secara kumulatif.
- (2) Peringatan tertulis diberikan sebanyak 3 (tiga) kali dengan tenggang waktu masing-masing 14 (empat belas) hari.

Pasal 20

- (1) Izin dicabut apabila:
 - a. ada permintaan dari pemilik izin untuk menutup kegiatannya;
 - b. izin diperoleh atas data yang tidak benar/dipalsukan;
 - c. tidak melakukan perbaikan setelah mendapatkan peringatan sebagaimana dimaksud dalam Pasal 19.
- (2) Pelaksanaan pencabutan izin diikuti dengan pemutusan perjanjian sewa pemanfaatan fasilitas taman kuliner dan penutupan usaha.

Pasal 21

Sanksi administrasi diberikan oleh Kepala Dinas.

BAB III

PEMBINAAN, PENGAWASAN, DAN PENGENDALIAN

Pasal 22

- (1) Pelaksanaan pembinaan, pengawasan dan pengendalian kegiatan di Taman Kuliner dilaksanakan oleh Dinas melalui Unit Pelaksana Teknis dan dapat berkoordinasi dengan instansi terkait.

- (2) Pelaksanaan pembinaan, pengawasan, dan pengendalian antara lain:
- penataan jenis dagangan berdasarkan zonasi yang ditetapkan;
 - peningkatan kualitas pelayanan dan komoditas barang dan jasa yang diperdagangkan.

BAB IV
KETENTUAN PENUTUP

Pasal 23

Pada saat Peraturan Bupati ini mulai berlaku, Peraturan Bupati Sleman Nomor 9 Tahun 2007 tentang Pemanfaatan Fasilitas Taman Kuliner Condongcatur (Berita Daerah Kabupaten Sleman Tahun 2007 Nomor 1 Seri C) dicabut dan dinyatakan tidak berlaku.

Pasal 24

Peraturan Bupati ini mulai berlaku pada tanggal diundangkan.

Agar setiap orang mengetahuinya, memerintahkan pengundangan Peraturan Bupati ini dengan penempatannya dalam Berita Daerah Kabupaten Sleman.

Ditetapkan di Sleman
pada tanggal 31 Desember 2010

BUPATI SLEMAN,



SRI PURNOMO

Diundangkan di Sleman
pada tanggal 31 Desember 2010

SEKRETARIS DAERAH
KABUPATEN SLEMAN,



SUTRISNO

LEMBARAN DAERAH KABUPATEN SLEMAN TAHUN 2010 NOMOR 2 SERI C

DATA PENYEWA KIOS TAMAN KULINER CONDONGCATUR PER 15 APRIL 2013

No Urut	Jenis Bangunan			Penyewa			Peruntukan	Keterangan
	Gedung	Kios	Resto	Nama	Alamat	Telepon		
1.	H	-	-	Yuniar Istiyani, S.IP	Bogoran / Dk. Bogoran, Desa Tirenggo, Kecamatan Bantul,Kabupaten Bantul		Show room	
2.	J	-	-	Alvin	Jl. Jodipati Perum TKS No. 14 Dero, RT 018 RW 016 Condongcatu,Depok, Sleman		Studio Photography	
3.	-	1	-	Imam Taufiqurrahman	Jln. Duta Permai No 26 c-4/8 RT 008 RW 009 Pisangan,Ciputat Timur, Tangerang / Gg. Asem Jawa V/14 RT 06 RW 12 Karangasem, Condongcatu,Depok, Sleman		Jasa Wisata Burung	
4.	-	2	-	Maria Florentina Oktaviani Ladjar	Perum II, Jl. Apokat A-6, RT 001 RW 015, Sidoarum, Godean.,Sleman		Klub Pengamat Burung	
5.	-	3	-	Ignatius Kristianto Muladi,S.Hut	Jl. Tegal Melati No. 64 A Jongkang RT 011 RW 035, Sariharjo,Ngaglik,Sleman		Konservasi Satwa	
6.	-	4	-	Lilik Nurkhalidah	Dusun Manis, RT 001 RW 001, Desa Gereba, Kecamatan Kramatmulya, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat/ Jl. Teratai I GK IV No. 1457 RT 08 RW 03 Baciro,Gondokusuman, Yogyakarta		Moza-Fashion	
7.	-	5	-	Andar Waskithowati	Jl. KH. Dahlan No. 99 RT 034 RW 005 Notoprajan,Ngampilan,Yogyakarta		Biro Perjalanan	
8.	-	6	-	IR. Bagus Ardhi Balianoro, MBA	Jl. Cendrawasih No. 1 Demangan Baru RT 005 RW 047, Caturtunggal, Depok, Sleman		Konsultan Pariwisata	
9.	-	7	-	Harianti Ismuningsgar	Jl. Monginsidi 17 Yogyakarta RT 037 RW 010, Karangwaru, Tegalrejo, Yogyakarta		Konsultan Pariwisata	

10.	-	8	-	Dahlia Larasti Resika	Nandan RT 002 RW 038, Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Perdagangan dan Pariwisata	
11.	-	9	-	Halida	Nandan RT 002 RW 038 Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Perdagangan dan Pariwisata	
12.	-	10	-	Drs. Istidjab M Danunagoro	Jl. Adi Sucipto No. 48, Gandekan RT 01 RW 24, Maguwoharjo, Depok, Sleman		PHRI	
13.	-	11	-	Anisya Nuraini	Kadipiro RT 002 RW 019, Margodadi, Seyegan, Sleman		Agency	
14.	-	12	-	Cahya Nugraha	Sonopakis Kidul/DK X Sonopakis Kidul RT 03 RW 28, Ngentiharjo, Kasihan, Bantul		Agency	
15.	-	13	-	Fajar Suryo Isworo	Pogung Baru F 28 RT 015 RW 052, Sinduadi, Mlati, Sleman.		Biro Arsitektur.	
16.	-	14	-	Jarody Hestu Nugroho.	Tosoran/Dk.Kalangan RT 05 RW – Desa Keboagung, Imogiri, Bantul.		Biro Perjalanan.	
17.	-	15	-	Muhamad Arif Hakim, SS.	Krapyak RT 001 RW 054, Wedomartani, Ngemplak, Sleman.		Pelatihan Program Komputer	
18.	-	16	-	Margaretha Ninik AP	Manggung RT 16 RW 06 Caturtunggal, Depok, Sleman		Biro Perjalanan	
19.	-	17	-	Saverinus Sani	Perum Sariasih Pandega Asih IV Blok D No. 12, RT 016 RW 006, Caturtunggal, Depok, Sleman		Biro Perjalanan	
20.	-	18	-	Rita Sukmawati	Klitren Lor GK III/237 Gondokusuman, Yogyakarta		Event Organizer	
21.	-	19	-	Bernadeta Sri Cahyati	Perum SBI M 234 / DK XII Sidorejo RT 10 RW 37 Ngestiharjo, Kasihan, Bantul		Event Organizer	
22.	-	20	-	Esther Sudarmi	Warak Kidul RT 003 RW 009, Sumberadi, Mlati, Sleman		Perdagangan Sembako	
23.	-	21	-	Yulia Yosanti	Perum Banteng Perkasa 35 Yogyakarta		Perdagangan Sembako	
24.	-	22	-	Lukas Sugito N.	Warak RT 09 RW 03, Sumberadi,		Perdagangan	

					Mlati, Sleman		Sembako	
25.	-	23	-					
26.	-	24	-					
27.	-	25	-	Islakul Umam	Dawukan RT 4 RW 4 Sendangtirto, Berbah Sleman		Perdagangan Sembako	
28.	-	26	-	Victoria Aprilia Irnawati	Purworejo RT 04 RW 14, Sukoharjo, Ngaglik, Sleman		Perdagangan Sembako	
29.	-	27	-	Adi Ilcham	Gambiran RT 004 RW 006 Sidomoyo, Godean, Sleman		Makanan	
30.	-	28	-	Kaharudinsyah Leon Sakti, M.Sc	Jl. Kapur L 164 RT 01 Swarga Bara Kec. Sangatta, Kutai Timur Jl. Ponpes Sunan Ampel, Perum UPN, Sempu No. A10, Ngemplak, Sleman		Makanan	
31.	-	29	-	Lenna Setitiningtyas	Sembego, RT 001 RW 038, Maguwoharjo, Depok, Sleman		Sembako	
32.	-	30	-	Winarni Indriastuti	Klitren Lor GK 3/406 YK, RT 018 RW 004, Klitren, Gondokusuman, Yogyakarta		Penjualan Pakaian	
33.	-	31	-	Muhammad Zaenudin	Jl. Matahari III/18, Bedreg, Sembego, RT 001 RW 041, Maguwoharjo, Depok, Sleman		Penjualan pakaian	
34.	-	32	-	YM. Sri Ananingsih	Lada I Puren Pringwulung RT 01 RW 39, Condongcatur, Depok, Sleman		Penjualan pakaian.	
35.	-	33	-	Yohanes Ariyanto	Perum Berkoh Baru No 25 RT 008 RW 005, Kelurahan Berkoh, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas/ Kembang Putih, Pajangan, Bantul		Penjualan alat musik	
36.	-	34	-	Drg. R. Bambang Widayanto	Rogoyudan RT 005 RW 012, Sinduadi, Mlati, Sleman		Perdagangan Pakaian	
37.	-	35	-	Widhy Kusumaramdhani	Seturan CT XX Gg. Kurma No. 101 Seturan RT 002 RW 001, Caturtunggal, Depok, Sleman		Asesories/pernik-pernik	
38.	-	36	-	Ana Yuniati Ningrum	Kismobudoyo RT 01 RW 03, Desa Banaran, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali/ Seturan CT XX Gg. Kurma No. 101 Seturan RT 002 RW 001, Caturtunggal, Depok, Sleman		Perdagangan Souvenir	

39.	-	37	-	Tusi Kuswenda	Caturtunggal XX Seturan RT 02 RW 01 Caturtunggal, Depok,Sleman		Perdagangan Pakaian	
40.	-	38	-	Thomas Wijaya	Komplek Tanjung Pura Indah Blok I No. 8 RT 006 RW 002,Desa Tengah, Kecamatan Pontianak Kota/Jl. Anggajaya II No. 232 Condongcatur,		Fashion Modern	
41.	-	39	-					
42.	-	40	-	Jian Andhika Pratama	Krapyak, RT 002 RW 054, Wedomartani, Ngemplak, Sleman		Perdagangan Pakaian	
43.	-	41	-	Weni Rosiana Widyastuti	Krapyak, RT 002 RW 054, Wedomartani,Ngemplak, Sleman		Perdagangan Asesories/pernik-pernik	
44.	-	42	-	Deden Soffian	Kronggahan I RT 002 RW 001, Trihanggo, Gamping, Sleman		Perdagangan Barang dan Jasa	
45.	-	43	-	Rosan Qodrian Nurfikri S	Kronggahan I RT 002 RW 001, Trihanggo, Gamping, Sleman		Perdagangan Barang dan Jasa	
46.	-	44	-	Ari Kurniati	Kuwangan RT 018 RW 008, Desa Cawan, Kecamatan Jatinom, Klaten		Online Shop	
47.	-	45	-	Yusta Ardian	Candirejo RT 006 RW 002 Desa Jatisari, Kecamatan Jatisono, Kabupaten Wonogiri/ Nglaren 85 C RT 02 RW 24 Condongcatur, Depok, Sleman		Jasa Penerbitan	
48.	-	46	-	Agung Triawan	Jl. MGR Sugiyopranoto Gg. Sadewo No. 2 RT 003 RW008,Karanganom,Klaten Utara, Klaten/ Jl. Nglerengsari 119c Condongcatur, Depok, Sleman		Jasa Penerbitan	
49.	-	47	-	Dwining Wahyudi	Kledokan CT XIX No. C-6,RT 005 RW 002,Caturtunggal, Depok, Sleman		Penjualan makanan	
50.	-	48	-	Agus Listriyanto	Tidar Sawe RT 003 RW 002,Desa Tidar Selatan, Kecamatan Magelang Selatan,Kabupaten Magelang		Penjualan Makanan	
51.	-	49	-					
52.	-	50	-	Bambang Rachmat Purnomo.	Perum Lojajar Indah E-92 Ngaglik, Sleman		Perdagangan Sembako	
53.	-	51	-	Siti Nuryanti	Mangen RT 23 RW , Desa Baleharjo,		Penjualan	

					Kecamatan Sukodono,Kabupaten Sragen, Jawa Tengah		sembako	
54.	-	52	-	Ade Ma'ruf	Dusun Muara RT 004 RW 001, Leuwikujang, Leuwimunding, Majalengka, Jawa Barat/ Jl. Cempaka No. 112 Perumahan Condongcatur,Depok, Sleman		Penerbitan	
55.	-	53	-	Adri Syahrizal	Tamanan Kraton Yogyakarta, RT 032 RW 009, Kelurahan Panembahan ,Kecamatan Kraton,Yogyakarta		Jasa Konsultan Manajemen Retail dan Trading	
56.	-	54	-	Agung Budi Santosa	Jl. Suroyo Pranoto 5C RT 025 RW 006,Kel. Gunungketur,Kec. Pakualaman, Yogyakarta		Konsultan Teknologi Informasi	
57.	-	55	-	Yustilawati Tambunan	Jl. Suroyo Pranoto 5C RT 025 RW 006,Kel. Gunungketur,Kec. Pakualaman, Yogyakarta		Konsultan Teknologi Informasi	
58.	-	56	-	Susi Ambarwati, SH	Sono RT 005 RW 060,Sinduadi,Mlati, Sleman.		Jasa	
59.	-	57	-	Haryo Seto Akhmad Yani, S.Psi	Mancasan DN 3/430, RT 023 RW 006,Kel. Bausasran, Kec. Danurejan, Yogyakarta		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
60.	-	58	-	Sep Sulistiyanto, S.Psi	Dusun Kurahan RT 002 RW 003 Desa Borobudur,Kec. Borobudur, Kab. Magelang		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
61.	-	59	-	Ria Andiani	Kes.Pol. Balapan I/9, RT 056 RW 014, Kel. Klitren, Kec. Gondokusuman, Yogyakarta		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
62.	-	60	-	Setiawan Subiantoro	Saren Tempel,RT 02 RW 01 Caturtunggal, Depok, Sleman		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
63.	-	61	-	Meita Juanita	Perum Jangkang, Jl. Sriwijaya No. C-18, RT 015 RW 015, Nogotirto,Gamping, Sleman		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
64.	-	62	-					
65.	-	63	-	Filisitas Isti Tri Dewi Putranti	Blotan RT 002 RW 040 Wedomartani, Ngemplak, Sleman		Penjualan makanan	
66.	-	64	-	Etti Purnawati	Kembangarum XIV,Ngemplak,RT 002 RW 028 Donokerto, Turi, Sleman		Makanan	
67.	-	65	-	Nila Nailufa'al	Tegalrejo,Kuncen RT 006 RW 025, Tegaltirto, Berbah,Sleman Perum Sedan S 41 RT 03 RW 33, Sariharjo,Ngaglik, Sleman		Makanan	

68.	-	66	-	Fran Erlangga	Perum Pondok Damai B-No 4 RT 005 RW 039 Caturharjo, Sleman		Makanan	
69.	-	67	-	Tri Ati	Magunan/ DK Mangunan Rt.15 Desa Magunan Dlingo Bantul		Penjualan makanan	
70.	-	68	-	Swety Firmanti,S.Sos	Cawan RT 002 RW 035, Widodomartani, Ngemplak, Sleman		Makanan	
71.	-	69	-	Dwi Wahyuningsih,S.H	Jurug RT 002 RW - ,Bangunharjo,Sewon,Bantul		Makanan	
72.	-	70	-	Linda Marlina	Cokrodiningratan JT II/47 RT 013 RW 003,Jetis, Yogyakarta		Produksi dan penjualan air isi ulang	
73.	-	71	-	Dwi Budicahyanto,ST	Blendung, Sumpersari, Moyudan, Sleman		Jasa terjemahan, jasa web desain, & maintenance web.	
74.	-	72	-	Aji Rachmat Purwanto,ST	Panggungan RT 003 RW 033, Trihanggo, Gamping, Sleman		Jasa Tour Travel	
75.	-	73	-	Arninda Mahar Perdanianti	Jl. Erowati V/5, RT 005 RW 003,Bulu Lor, Semarang Utara,Semarang/ Jl. Kaliurang KM 6,5, Gang Teratai D-13		Jasa Penjualan Souvenir dan Merchandising	
76.	-	74	-					
77.	-	75	-	Mizani	Jl. Komojoyo No. 18 B Mrican, RT 11 RW 04, Caturtunggal,Depok,Sleman		Multimedia.	
78.	-	76	-	IR. Adishakti	Jombor Kidul RT 005 RW 023, Sinduadi, Mlati, Sleman.		Jasa Konsultan Ekonomi, Pariwisata, Pendidikan, Arsitektur & Perencanaan	
79.	-	77	-	Wihana Kirana Jaya	Jl. Bunga Blok G 6, Sawitsari, Condongcatur, Depok, Sleman		Jasa Konsultan Ekonomi, Pariwisata, Pendidikan, Arsitektur & Perencanaan	
80.	-	78	-	Dian Ayu Pradnyardhi	Jl. Cendrawasih No 1 Demangan Baru		Jasa Konsultan Ekonomi, Pariwisata,	

					RT 05 RW 47, Caturtunggal, Depok, Sleman		Pendidikan, Arsitektur & Perencanaan	
81.	-	79	-	Muhaiminul Adlil Haq	Perum Sleman Permai II Blok K 17,Sanggrahan RT 010 RW 033,Tlogoadi,Mlati,Sleman		Biro Perjalanan	
82.	-	80	-	Dwi Hanawati	Jl. Komojoyo No. 18 B Mrican, RT 11 RW 04, Caturtunggal, Depok,Sleman		Multimedia	
83.	-	-	1					
84.	-	-	2	Maryatik	Plemburan Gg Merak 2 RT 003 RW 024, Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Makanan dan Minuman	
85.	-	-	3	Lusia Wahyu Kumaladewi	Sambisari RT 008 RW 060, Condongcatur, Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
86.	-	-	4	Sadiman	Plemburan, Sariharjo,Ngaglik,Sleman.		Makanan dan Minuman	
87.	-	-	5	Zakaria Akhmad	Perum Candi Gebang F-16 Sleman		Makanan dan Minuman	
88.	-	-	6					
89.	-	-	7	Ringgo Tri Nugroho	Taman Irigasi IV D 7/7 RT 003 RW 011,Bekasi Jaya,Bekasi Timur,Kota Bekasi Jl. Monjali Gang Jragem No. 44 RT 02 RW 38,Nandan, Sariharjo,Ngaglik,Sleman		makanan dan minuman	
90.	-	-	8	Miftahul Ulum	Jl. Seturan III Gg. Jambu No. 35 RT 012 RW 001, Caturtunggal,Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
91.	-	-	9					
92.	-	-	10	Margiyanto	Samirono CT VI No. 65 RT 03 Caturtunggal,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
93.	-	-	11	Fenty Noor Hidayah	Gambiran UH V/199 RT 037 RW 010 Kelurahan Pandeyan,Kec.Umbulharjo, Yogyakarta Blimbingsari CT IV/43,Caturtunggal, Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
94.	-	-	12	Priyagung Sambodo	Talang, RT 014 RW - Desa Kedawung, Kecamatan Kedawung, Kabupaten Sragen. Jl. Kaliurang Km. 6 Gang Pandega Padma No. IIA, 13 a		Makanan dan Minuman	
95.	-	-	13	Dra. Hj. Syamsiyah, MPd.I	Rejodani I RT 03 RW 02, Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Makanan dan Minuman	

96.	-	-	14	Effy Ernawati	Perum Gama Asri M/4,Gading Wetan RT 004 RW 023, Donokerto, Turi, Sleman		Makanan dan Minuman	
97.	-	-	15	Silvester Dian Handy Permana	Tukangan DN 2/280, RT 016 RW 004,Kelurahan Tegalpanggung, Kecamatan Danurejan,Yogyakarta		Makanan dan Minuman	
98.	-	-	16					
99.	-	-	17	Dra. Caturini Noor Dianti	Jl. Let.Jend. Suprpto No. 16 RT 016 RW 003, Kel. Ngampilan,Kecamatan Ngampilan, Yogyakarta		Makanan dan Minuman	
100.	-	-	18	FX. Wawan Probo	Kalongan Wetan,RT 003 RW 017, Papahan,Tasikmadu, Karanganyar,Jawa Tengah/ Griya Taman Asri Blok H-243,Sleman		Makanan dan Minuman	
101.	-	-	19	Sisca Dwi Tresnaningsih	Kalongan Wetan,RT 003 RW 017, Papahan,Tasikmadu, Karanganyar,Jawa Tengah		Makanan dan Minuman	
102.	-	-	20	Christianto Setyoadji Sutikno	Kartindah I RT 009 RW -, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul		Makanan dan Minuman	
103.	-	-	21	Purwati	Jl. Dewi Sartika RT 004 RW 005, Kelurahan Sindurjan, Kecamatan Purworejo, Kabupaten Purworejo		Makanan dan Minuman	
104.	-	-	22	Sahanudin Hamzah	Gendingan Jarakan RT 004 RW 002, Tirtomartani, Kalasan,Sleman		Makanan dan Minuman	
105.	-	-	23	Pedy Artsanti	Gg. Madusari No. 47, Swakarya, Kocoran, Caturtunggal, Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
106.	-	-	24					
107.	-	-	25	Zhodiq Al Hadid Akbar	Sonopakis Lor RT 002 RW –, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul		Makanan dan Minuman	
108.	-	-	26	Wahyu Ariyo	Blimbingsari CT 4/75 D 36 RT 03 RW 16,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
109.	-	-	27	Hartini	Samirono CT VI/124 RT 07 RW 03 Caturtunggal,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
110.	-	-	28	Mudiyantini			Makanan dan Minuman	
111.	-	-	29	Ahmad Djauharudin Kesuma	Griya Tamansari I K3,Mandungan RT		Makanan dan	

				Arja	10 RW – Srimartani,Piyungan,Bantul		Minuman	
112.	-	-	30					
113.	-	-	31	Aminullah	Dusun Banasare Timur RT 004 RW 002, Desa Banasare,Kecamatan Rubaru, Kabupaten Sumenep Wisma Standart 137 RT 02 RW 01 Ambarukmo,Caturtunggal,Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
114.	-	-	32	Dwijo Suyono	Perum Gedongkuning No. 05. RT 032 RW – Desa Banguntapan,Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul.		Makanan dan Minuman	
115.	-	-	33					
116.	-	-	34	A. Acita	Gedongkiwo MJ I/996, RT 054 RW 011 Kelurahan Gedongkiwo,Mantrijeron, Yogyakarta		Makanan dan Minuman	
117.	-	-	35	Fatmasari	Pondok RT 001 RW 006,Condongcatur, Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
118.	-	-	36	Urhanisasi	Kocoran CT III/54,Caturtunggal,Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
119.	-	-	37	Rahmad Adi Lasmana	Jl. Anggajaya II Perum Galaxy No. A 12 Condongcatur,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
120.	-	-	38	Syaiful Anwar	Nyamplung, RT 003 RW 026 Donoharjo, Ngaglik, Sleman		Makanan dan Minuman	
121.	-	-	39	Febriyanto	Perkutut 7B,Demangan RT 03 RW 01 Caturtunggal, Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
122.	-	-	40	Uliana Sinaka	Pogung Kidul RT 05 RW 49 No.10, Sinduadi,Mlati,Sleman.		Makanan dan Minuman	

Keterangan :

Gedung H : Luas 8 x 18 m.
Gedung J : Luas 8 x 12 m.
Kios/Resto : Luas 3 x 3 m.

DATA PENYEWA KIOS TAMAN KULINER CONDONGCATUR PER 15 APRIL 2013

No Urut	Jenis Bangunan			Penyewa			Peruntukan	Keterangan
	Gedung	Kios	Resto	Nama	Alamat	Telepon		
1.	H	-	-	Yuniar Istiyani, S.IP	Bogoran / Dk. Bogoran, Desa Tirenggo, Kecamatan Bantul,Kabupaten Bantul		Show room	
2.	J	-	-	Alvin	Jl. Jodipati Perum TKS No. 14 Dero, RT 018 RW 016 Condongcatu,Depok, Sleman		Studio Photography	
3.	-	1	-	Imam Taufiqurrahman	Jln. Duta Permai No 26 c-4/8 RT 008 RW 009 Pisangan,Ciputat Timur, Tangerang / Gg. Asem Jawa V/14 RT 06 RW 12 Karangasem, Condongcatu,Depok, Sleman		Jasa Wisata Burung	
4.	-	2	-	Maria Florentina Oktaviani Ladjar	Perum II, Jl. Apokat A-6, RT 001 RW 015, Sidoarum, Godean.,Sleman		Klub Pengamat Burung	
5.	-	3	-	Ignatius Kristianto Muladi,S.Hut	Jl. Tegal Melati No. 64 A Jongkang RT 011 RW 035, Sariharjo,Ngaglik,Sleman		Konservasi Satwa	
6.	-	4	-	Lilik Nurkhalidah	Dusun Manis, RT 001 RW 001, Desa Gereba, Kecamatan Kramatmulya, Kabupaten Kuningan, Jawa Barat/ Jl. Teratai I GK IV No. 1457 RT 08 RW 03 Baciro,Gondokusuman, Yogyakarta		Moza-Fashion	
7.	-	5	-	Andar Waskithowati	Jl. KH. Dahlan No. 99 RT 034 RW 005 Notoprajan,Ngampilan,Yogyakarta		Biro Perjalanan	
8.	-	6	-	IR. Bagus Ardhi Balianoro, MBA	Jl. Cendrawasih No. 1 Demangan Baru RT 005 RW 047, Caturtunggal, Depok, Sleman		Konsultan Pariwisata	
9.	-	7	-	Harianti Ismuningsgar	Jl. Monginsidi 17 Yogyakarta RT 037 RW 010, Karangwaru, Tegalrejo, Yogyakarta		Konsultan Pariwisata	

10.	-	8	-	Dahlia Larasti Resika	Nandan RT 002 RW 038, Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Perdagangan dan Pariwisata	
11.	-	9	-	Halida	Nandan RT 002 RW 038 Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Perdagangan dan Pariwisata	
12.	-	10	-	Drs. Istidjab M Danunagoro	Jl. Adi Sucipto No. 48, Gandekan RT 01 RW 24, Maguwoharjo, Depok, Sleman		PHRI	
13.	-	11	-	Anisya Nuraini	Kadipiro RT 002 RW 019, Margodadi, Seyegan, Sleman		Agency	
14.	-	12	-	Cahya Nugraha	Sonopakis Kidul/DK X Sonopakis Kidul RT 03 RW 28, Ngentiharjo, Kasihan, Bantul		Agency	
15.	-	13	-	Fajar Suryo Isworo	Pogung Baru F 28 RT 015 RW 052,Sinduadi,Mlati, Sleman.		Biro Arsitektur.	
16.	-	14	-	Jarody Hestu Nugroho.	Tosoran/Dk.Kalangan RT 05 RW – Desa Keboagung, Imogiri,Bantul.		Biro Perjalanan.	
17.	-	15	-	Muhamad Arif Hakim,SS.	Krapyak RT 001 RW 054, Wedomartani, Ngemplak, Sleman.		Pelatihan Program Komputer	
18.	-	16	-	Margaretha Ninik AP	Manggung RT 16 RW 06 Caturtunggal, Depok,Sleman		Biro Perjalanan	
19.	-	17	-	Saverinus Sani	Perum Sariasih Pandega Asih IV Blok D No. 12, RT 016 RW 006, Caturtunggal,Depok,Sleman		Biro Perjalanan	
20.	-	18	-	Rita Sukmawati	Klitren Lor GK III/237 Gondokusuman, Yogyakarta		Event Organizer	
21.	-	19	-	Bernadeta Sri Cahyati	Perum SBI M 234 / DK XII Sidorejo RT 10 RW 37 Ngestiharjo,Kasihan,Bantul		Event Organizer	
22.	-	20	-	Esther Sudarmi	Warak Kidul RT 003 RW 009, Sumberadi, Mlati,Sleman		Perdagangan Sembako	
23.	-	21	-	Yulia Yosanti	Perum Banteng Perkasa 35 Yogyakarta		Perdagangan Sembako	
24.	-	22	-	Lukas Sugito N.	Warak RT 09 RW 03, Sumberadi,		Perdagangan	

					Mlati, Sleman		Sembako	
25.	-	23	-					
26.	-	24	-					
27.	-	25	-	Islakul Umam	Dawukan RT 4 RW 4 Sendangtirto, Berbah Sleman		Perdagangan Sembako	
28.	-	26	-	Victoria Aprilia Irnawati	Purworejo RT 04 RW 14, Sukoharjo, Ngaglik, Sleman		Perdagangan Sembako	
29.	-	27	-	Adi Ilcham	Gambiran RT 004 RW 006 Sidomoyo, Godean, Sleman		Makanan	
30.	-	28	-	Kaharudinsyah Leon Sakti, M.Sc	Jl. Kapur L 164 RT 01 Swarga Bara Kec. Sangatta, Kutai Timur Jl. Ponpes Sunan Ampel, Perum UPN, Sempu No. A10, Ngemplak, Sleman		Makanan	
31.	-	29	-	Lenna Setitiningtyas	Sembego, RT 001 RW 038, Maguwoharjo, Depok, Sleman		Sembako	
32.	-	30	-	Winarni Indriastuti	Klitren Lor GK 3/406 YK, RT 018 RW 004, Klitren, Gondokusuman, Yogyakarta		Penjualan Pakaian	
33.	-	31	-	Muhammad Zaenudin	Jl. Matahari III/18, Bedreg, Sembego, RT 001 RW 041, Maguwoharjo, Depok, Sleman		Penjualan pakaian	
34.	-	32	-	YM. Sri Ananingsih	Lada I Puren Pringwulung RT 01 RW 39, Condongcatur, Depok, Sleman		Penjualan pakaian.	
35.	-	33	-	Yohanes Ariyanto	Perum Berkoh Baru No 25 RT 008 RW 005, Kelurahan Berkoh, Kecamatan Purwokerto Selatan, Kabupaten Banyumas/ Kembang Putih, Pajangan, Bantul		Penjualan alat musik	
36.	-	34	-	Drg. R. Bambang Widayanto	Rogoyudan RT 005 RW 012, Sinduadi, Mlati, Sleman		Perdagangan Pakaian	
37.	-	35	-	Widhy Kusumaramdhani	Seturan CT XX Gg. Kurma No. 101 Seturan RT 002 RW 001, Caturtunggal, Depok, Sleman		Asesories/pernik-pernik	
38.	-	36	-	Ana Yuniati Ningrum	Kismobudoyo RT 01 RW 03, Desa Banaran, Kecamatan Boyolali, Kabupaten Boyolali/ Seturan CT XX Gg. Kurma No. 101 Seturan RT 002 RW 001, Caturtunggal, Depok, Sleman		Perdagangan Souvenir	

39.	-	37	-	Tusi Kuswenda	Caturtunggal XX Seturan RT 02 RW 01 Caturtunggal, Depok,Sleman		Perdagangan Pakaian	
40.	-	38	-	Thomas Wijaya	Komplek Tanjung Pura Indah Blok I No. 8 RT 006 RW 002,Desa Tengah, Kecamatan Pontianak Kota/Jl. Anggajaya II No. 232 Condongcatur,		Fashion Modern	
41.	-	39	-					
42.	-	40	-	Jian Andhika Pratama	Krapyak, RT 002 RW 054, Wedomartani, Ngemplak, Sleman		Perdagangan Pakaian	
43.	-	41	-	Weni Rosiana Widyastuti	Krapyak, RT 002 RW 054, Wedomartani,Ngemplak, Sleman		Perdagangan Asesories/pernik-pernik	
44.	-	42	-	Deden Soffian	Kronggahan I RT 002 RW 001, Trihanggo, Gamping, Sleman		Perdagangan Barang dan Jasa	
45.	-	43	-	Rosan Qodrian Nurfikri S	Kronggahan I RT 002 RW 001, Trihanggo, Gamping, Sleman		Perdagangan Barang dan Jasa	
46.	-	44	-	Ari Kurniati	Kuwangan RT 018 RW 008, Desa Cawan, Kecamatan Jatinom, Klaten		Online Shop	
47.	-	45	-	Yusta Ardian	Candirejo RT 006 RW 002 Desa Jatisari, Kecamatan Jatisono, Kabupaten Wonogiri/ Nglaren 85 C RT 02 RW 24 Condongcatur, Depok, Sleman		Jasa Penerbitan	
48.	-	46	-	Agung Triawan	Jl. MGR Sugiyopranoto Gg. Sadewo No. 2 RT 003 RW008,Karanganom,Klaten Utara, Klaten/ Jl. Nglerengsari 119c Condongcatur, Depok, Sleman		Jasa Penerbitan	
49.	-	47	-	Dwining Wahyudi	Kledokan CT XIX No. C-6,RT 005 RW 002,Caturtunggal, Depok, Sleman		Penjualan makanan	
50.	-	48	-	Agus Listriyanto	Tidar Sawe RT 003 RW 002,Desa Tidar Selatan, Kecamatan Magelang Selatan,Kabupaten Magelang		Penjualan Makanan	
51.	-	49	-					
52.	-	50	-	Bambang Rachmat Purnomo.	Perum Lojajar Indah E-92 Ngaglik, Sleman		Perdagangan Sembako	
53.	-	51	-	Siti Nuryanti	Mangen RT 23 RW , Desa Baleharjo,		Penjualan	

					Kecamatan Sukodono,Kabupaten Sragen, Jawa Tengah		sembako	
54.	-	52	-	Ade Ma'ruf	Dusun Muara RT 004 RW 001, Leuwikujang, Leuwimunding, Majalengka, Jawa Barat/ Jl. Cempaka No. 112 Perumahan Condongcatur,Depok, Sleman		Penerbitan	
55.	-	53	-	Adri Syahrizal	Tamanan Kraton Yogyakarta, RT 032 RW 009, Kelurahan Panembahan ,Kecamatan Kraton,Yogyakarta		Jasa Konsultan Manajemen Retail dan Trading	
56.	-	54	-	Agung Budi Santosa	Jl. Suroyo Pranoto 5C RT 025 RW 006,Kel. Gunungketur,Kec. Pakualaman, Yogyakarta		Konsultan Teknologi Informasi	
57.	-	55	-	Yustilawati Tambunan	Jl. Suroyo Pranoto 5C RT 025 RW 006,Kel. Gunungketur,Kec. Pakualaman, Yogyakarta		Konsultan Teknologi Informasi	
58.	-	56	-	Susi Ambarwati, SH	Sono RT 005 RW 060,Sinduadi,Mlati, Sleman.		Jasa	
59.	-	57	-	Haryo Seto Akhmad Yani, S.Psi	Mancasan DN 3/430, RT 023 RW 006,Kel. Bausasran, Kec. Danurejan, Yogyakarta		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
60.	-	58	-	Sep Sulistiyanto, S.Psi	Dusun Kurahan RT 002 RW 003 Desa Borobudur,Kec. Borobudur, Kab. Magelang		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
61.	-	59	-	Ria Andiani	Kes.Pol. Balapan I/9, RT 056 RW 014, Kel. Klitren, Kec. Gondokusuman, Yogyakarta		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
62.	-	60	-	Setiawan Subiantoro	Saren Tempel,RT 02 RW 01 Caturtunggal, Depok, Sleman		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
63.	-	61	-	Meita Juanita	Perum Jangkang, Jl. Sriwijaya No. C-18, RT 015 RW 015, Nogotirto,Gamping, Sleman		Konsultan HRD / Biro Psikologi	
64.	-	62	-					
65.	-	63	-	Filisitas Isti Tri Dewi Putranti	Blotan RT 002 RW 040 Wedomartani, Ngemplak, Sleman		Penjualan makanan	
66.	-	64	-	Etti Purnawati	Kembangarum XIV,Ngemplak,RT 002 RW 028 Donokerto, Turi, Sleman		Makanan	
67.	-	65	-	Nila Nailufa'al	Tegalrejo,Kuncen RT 006 RW 025, Tegaltirto, Berbah,Sleman Perum Sedan S 41 RT 03 RW 33, Sariharjo,Ngaglik, Sleman		Makanan	

68.	-	66	-	Fran Erlangga	Perum Pondok Damai B-No 4 RT 005 RW 039 Caturharjo, Sleman		Makanan	
69.	-	67	-	Tri Ati	Magunan/ DK Mangunan Rt.15 Desa Magunan Dlingo Bantul		Penjualan makanan	
70.	-	68	-	Swety Firmanti,S.Sos	Cawan RT 002 RW 035, Widodomartani, Ngemplak, Sleman		Makanan	
71.	-	69	-	Dwi Wahyuningsih,S.H	Jurug RT 002 RW - ,Bangunharjo,Sewon,Bantul		Makanan	
72.	-	70	-	Linda Marlina	Cokrodiningratan JT II/47 RT 013 RW 003,Jetis, Yogyakarta		Produksi dan penjualan air isi ulang	
73.	-	71	-	Dwi Budicahyanto,ST	Blendung, Sumpersari, Moyudan, Sleman		Jasa terjemahan, jasa web desain, & maintenance web.	
74.	-	72	-	Aji Rachmat Purwanto,ST	Panggungan RT 003 RW 033, Trihanggo, Gamping, Sleman		Jasa Tour Travel	
75.	-	73	-	Arninda Mahar Perdanianti	Jl. Erowati V/5, RT 005 RW 003,Bulu Lor, Semarang Utara,Semarang/ Jl. Kaliurang KM 6,5, Gang Teratai D-13		Jasa Penjualan Souvenir dan Merchandising	
76.	-	74	-					
77.	-	75	-	Mizani	Jl. Komojoyo No. 18 B Mrican, RT 11 RW 04, Caturtunggal,Depok,Sleman		Multimedia.	
78.	-	76	-	IR. Adishakti	Jombor Kidul RT 005 RW 023, Sinduadi, Mlati, Sleman.		Jasa Konsultan Ekonomi, Pariwisata, Pendidikan, Arsitektur & Perencanaan	
79.	-	77	-	Wihana Kirana Jaya	Jl. Bunga Blok G 6, Sawitsari, Condongcatur, Depok, Sleman		Jasa Konsultan Ekonomi, Pariwisata, Pendidikan, Arsitektur & Perencanaan	
80.	-	78	-	Dian Ayu Pradnyardhi	Jl. Cendrawasih No 1 Demangan Baru		Jasa Konsultan Ekonomi, Pariwisata,	

					RT 05 RW 47, Caturtunggal, Depok, Sleman		Pendidikan, Arsitektur & Perencanaan	
81.	-	79	-	Muhaiminul Adlil Haq	Perum Sleman Permai II Blok K 17,Sanggrahan RT 010 RW 033,Tlogoadi,Mlati,Sleman		Biro Perjalanan	
82.	-	80	-	Dwi Hanawati	Jl. Komojoyo No. 18 B Mrican, RT 11 RW 04, Caturtunggal, Depok,Sleman		Multimedia	
83.	-	-	1					
84.	-	-	2	Maryatik	Plemburan Gg Merak 2 RT 003 RW 024, Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Makanan dan Minuman	
85.	-	-	3	Lusia Wahyu Kumaladewi	Sambisari RT 008 RW 060, Condongcatur, Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
86.	-	-	4	Sadiman	Plemburan, Sariharjo,Ngaglik,Sleman.		Makanan dan Minuman	
87.	-	-	5	Zakaria Akhmad	Perum Candi Gebang F-16 Sleman		Makanan dan Minuman	
88.	-	-	6					
89.	-	-	7	Ringgo Tri Nugroho	Taman Irigasi IV D 7/7 RT 003 RW 011,Bekasi Jaya,Bekasi Timur,Kota Bekasi Jl. Monjali Gang Jragem No. 44 RT 02 RW 38,Nandan, Sariharjo,Ngaglik,Sleman		makanan dan minuman	
90.	-	-	8	Miftahul Ulum	Jl. Seturan III Gg. Jambu No. 35 RT 012 RW 001, Caturtunggal,Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
91.	-	-	9					
92.	-	-	10	Margiyanto	Samirono CT VI No. 65 RT 03 Caturtunggal,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
93.	-	-	11	Fenty Noor Hidayah	Gambiran UH V/199 RT 037 RW 010 Kelurahan Pandeyan,Kec.Umbulharjo, Yogyakarta Blimbingsari CT IV/43,Caturtunggal, Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
94.	-	-	12	Priyagung Sambodo	Talang, RT 014 RW - Desa Kedawung, Kecamatan Kedawung, Kabupaten Sragen. Jl. Kaliurang Km. 6 Gang Pandega Padma No. IIA, 13 a		Makanan dan Minuman	
95.	-	-	13	Dra. Hj. Syamsiyah, MPd.I	Rejodani I RT 03 RW 02, Sariharjo, Ngaglik, Sleman		Makanan dan Minuman	

96.	-	-	14	Effy Ernawati	Perum Gama Asri M/4,Gading Wetan RT 004 RW 023, Donokerto, Turi, Sleman		Makanan dan Minuman	
97.	-	-	15	Silvester Dian Handy Permana	Tukangan DN 2/280, RT 016 RW 004,Kelurahan Tegalpanggung, Kecamatan Danurejan,Yogyakarta		Makanan dan Minuman	
98.	-	-	16					
99.	-	-	17	Dra. Caturini Noor Dianti	Jl. Let.Jend. Suprpto No. 16 RT 016 RW 003, Kel. Ngampilan,Kecamatan Ngampilan, Yogyakarta		Makanan dan Minuman	
100.	-	-	18	FX. Wawan Probo	Kalongan Wetan,RT 003 RW 017, Papahan,Tasikmadu, Karanganyar,Jawa Tengah/ Griya Taman Asri Blok H-243,Sleman		Makanan dan Minuman	
101.	-	-	19	Sisca Dwi Tresnaningsih	Kalongan Wetan,RT 003 RW 017, Papahan,Tasikmadu, Karanganyar,Jawa Tengah		Makanan dan Minuman	
102.	-	-	20	Christianto Setyoadji Sutikno	Kartindah I RT 009 RW -, Bangunjiwo, Kasihan, Bantul		Makanan dan Minuman	
103.	-	-	21	Purwati	Jl. Dewi Sartika RT 004 RW 005, Kelurahan Sindurjan, Kecamatan Purworejo, Kabupaten Purworejo		Makanan dan Minuman	
104.	-	-	22	Sahanudin Hamzah	Gendingan Jarakan RT 004 RW 002, Tirtomartani, Kalasan,Sleman		Makanan dan Minuman	
105.	-	-	23	Pedy Artsanti	Gg. Madusari No. 47, Swakarya, Kocoran, Caturtunggal, Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
106.	-	-	24					
107.	-	-	25	Zhodiq Al Hadid Akbar	Sonopakis Lor RT 002 RW -, Ngestiharjo, Kasihan, Bantul		Makanan dan Minuman	
108.	-	-	26	Wahyu Ariyo	Blimbingsari CT 4/75 D 36 RT 03 RW 16,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
109.	-	-	27	Hartini	Samirono CT VI/124 RT 07 RW 03 Caturtunggal,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
110.	-	-	28	Mudiyantini			Makanan dan Minuman	
111.	-	-	29	Ahmad Djauharudin Kesuma	Griya Tamansari I K3,Mandungan RT		Makanan dan	

				Arja	10 RW – Srimartani,Piyungan,Bantul		Minuman	
112.	-	-	30					
113.	-	-	31	Aminullah	Dusun Banasare Timur RT 004 RW 002, Desa Banasare,Kecamatan Rubaru, Kabupaten Sumenep Wisma Standart 137 RT 02 RW 01 Ambarukmo,Caturtunggal,Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
114.	-	-	32	Dwijo Suyono	Perum Gedongkuning No. 05. RT 032 RW – Desa Banguntapan,Kecamatan Banguntapan, Kabupaten Bantul.		Makanan dan Minuman	
115.	-	-	33					
116.	-	-	34	A. Acita	Gedongkiwo MJ I/996, RT 054 RW 011 Kelurahan Gedongkiwo,Mantrijeron, Yogyakarta		Makanan dan Minuman	
117.	-	-	35	Fatmasari	Pondok RT 001 RW 006,Condongcatur, Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
118.	-	-	36	Urhanisasi	Kocoran CT III/54,Caturtunggal,Depok, Sleman		Makanan dan Minuman	
119.	-	-	37	Rahmad Adi Lasmana	Jl. Anggajaya II Perum Galaxy No. A 12 Condongcatur,Depok,Sleman.		Makanan dan Minuman	
120.	-	-	38	Syaiful Anwar	Nyamplung, RT 003 RW 026 Donoharjo, Ngaglik, Sleman		Makanan dan Minuman	
121.	-	-	39	Febriyanto	Perkutut 7B,Demangan RT 03 RW 01 Caturtunggal, Depok,Sleman		Makanan dan Minuman	
122.	-	-	40	Uliana Sinaka	Pogung Kidul RT 05 RW 49 No.10, Sinduadi,Mlati,Sleman.		Makanan dan Minuman	

Keterangan :

Gedung H : Luas 8 x 18 m.
Gedung J : Luas 8 x 12 m.
Kios/Resto : Luas 3 x 3 m.



KEMENTERIAN PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
UNIVERSITAS NEGERI YOGYAKARTA
FAKULTAS EKONOMI

Alamat: Karangmalang Yogyakarta 55281
Telp. (0274) 586168 Ext. 817 Fax. (0274) 554902
Website : <http://www.fe.uny.ac.id> e-mail : fe@uny.ac.id

Nomor : 018/UN34.18/LT/2013
Lampiran : -
Hal : Permohonan Ijin Observasi

4 Januari 2013

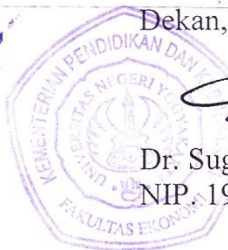
Yth. Pengelola UPTD Taman Kuliner Condongcatur
Jl. Anggajaya III Concongatur, Depok
Sleman


Kami sampaikan dengan hormat permohonan Ijin Observasi Pra penelitian untuk penyusunan Tugas Akhir Skripsi bagi mahasiswa :

Nama : Yunia Vitayati Anna
NIM : 09402244033
Jurusan/Prodi : Pendidikan Administrasi Perkantoran
Judul : "Strategi Public Relations Untuk Menarik Minat Konsumen Di Taman Kuliner Condongcatur"

Demikian atas kerjasama dan ijinnya diucapkan terima kasih.

Dekan,




Dr. Sugiharsono, M.Si
NIP. 19550328 198303 1 002

Tembusan :
1. Sub. Bagian Pendidikan;
2. Mahasiswa yang bersangkutan.



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Jalan Parasamya Nomor 1 Beran, Tridadi, Sleman, Yogyakarta 55511
Telepon (0274) 868800, Faksimilie (0274) 868800
Website: slemankab.go.id, E-mail : bappeda@slemankab.go.id

SURAT IZIN

Nomor : 070 / Bappeda / 885 / 2013

**TENTANG
PENELITIAN**

KEPALA BADAN PERENCANAAN PEMBANGUNAN DAERAH

Dasar : Keputusan Bupati Sleman Nomor : 55/Kep.KDH/A/2003 tentang Izin Kuliah Kerja Nyata, Praktek Kerja Lapangan, dan Penelitian.
Menunjuk : Surat dari Dekan Fakultas Ekonomi Universitas Negeri Yogyakarta
Nomor : 683/UN34.18/LT/2013
Hal : Izin Penelitian
Tanggal : 28 Februari 2013

MENGIZINKAN :

Kepada :
Nama : YUNIA VITAYATI ANNA
No.Mhs/NIM/NIP/NIK : 09402244033
Program/Tingkat : S1
Instansi/Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta
Alamat instansi/Perguruan Tinggi : Karangmalang Yogyakarta
Alamat Rumah : Pohruboh RT 01 RW 52 No 14 L, Condongcatur, Depok, Sleman, Yk
No. Telp / HP : 085643264122
Untuk : Mengadakan Penelitian / Pra Survey / Uji Validitas / PKL dengan judul
STRATEGI PUBLIC RELATIONS DI TAMAN KULINER CONDONGCATUR
Lokasi : Taman Kuliner Condongcatur
Waktu : Selama 3 bulan mulai tanggal: 19 Maret 2013 s/d 18 Juni 2013

Dengan ketentuan sebagai berikut :

1. *Wajib melapor diri kepada Pejabat Pemerintah setempat (Camat/ Kepala Desa) atau Kepala Instansi untuk mendapat petunjuk seperlunya.*
2. *Wajib menjaga tata tertib dan mentaati ketentuan-ketentuan setempat yang berlaku.*
3. *Izin tidak disalahgunakan untuk kepentingan-kepentingan di luar yang direkomendasikan.*
4. *Wajib menyampaikan laporan hasil penelitian berupa 1 (satu) CD format PDF kepada Bupati diserahkan melalui Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah.*
5. *Izin ini dapat dibatalkan sewaktu-waktu apabila tidak dipenuhi ketentuan-ketentuan di atas.*

Demikian ijin ini dikeluarkan untuk digunakan sebagaimana mestinya, diharapkan pejabat pemerintah/non pemerintah setempat memberikan bantuan seperlunya.

Setelah selesai pelaksanaan penelitian Saudara wajib menyampaikan laporan kepada kami 1 (satu) bulan setelah berakhirnya penelitian.

Dikeluarkan di Sleman

Pada Tanggal : 19 Maret 2013

a.n. Kepala Badan Perencanaan Pembangunan Daerah

Sekretaris

u.b.

Kepala Bidang Pengendalian dan Evaluasi



Dra. SUCI IRIANI SINURAYA, M.Si, M.M

Pembina, IV/a

NIP.19630112 198903 2 003

Tembusan :

1. Bupati Sleman (sebagai laporan)
2. Kepala Kantor Kesatuan Bangsa Kab. Sleman
3. Kepala Dinas Kesehatan Kab. Sleman
4. Kabid. Sosial Budaya Bappeda Kab. Sleman
5. Camat Depok
6. Pengelola Taman Kuliner Condongcatur
7. Dekan Fak. Ekonomi UNY
8. Yang Bersangkutan



PEMERINTAH KABUPATEN SLEMAN
DINAS PASAR
UPT TAMAN KULINER CONDONGCATUR
Jl. Anggajaya III, Condongcatur, Depok, Sleman 55281
Telepon (0274) 7460224, Fax 0274 7115176

SURAT KETERANGAN

Nomor : 011 / 192 / 2013.

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Rahmat Suryono, S.Sos, MM.
Jabatan : Kepala UPT. Taman Kuliner Condongcatur.

Menerangkan bahwa :

Nama : **Yunia Vitayati Anna.**
No. Mhs : **09402244033.**
Perguruan Tinggi : Universitas Negeri Yogyakarta.
Alamat : Pohruboh RT 01 RW 52 No. 14 L, Condongcatur, Depok, Sleman.
Telah melaksanakan penelitian untuk Skripsi yang berjudul **Strategi Public Relations di Taman Kuliner Condongcatur**, mulai tanggal 19 Maret 2013 s/d 18 Juni 2013.

Demikian surat keterangan ini dibuat untuk dapat dipergunakan sebagaimana mestinya.

Sleman, 19 Juni 2013.

Kepala UPT Taman Kuliner
Condongcatur



Rahmat Suryono, S.Sos, MM.
Penata Tk. I, III/d
NIP. 19640115 198703 1 011